VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com

Diễn đàn Kinh Doanh

Biz Forum Weekly

Số 19









Tin tức Việt Nam và thế giới

Luật cho các doanh nghiệp phân biệt đối xử

Dược phẩm: Lợi nhuận cao cùng với thách thức lớn

Nắm bắt khẩu vị thuỷ sản

Thị trường viễn thông Â'n Độ và Trung Quốc: những hứa hẹn sau khi mở cửa

Nhìn trước thị trường xe máy Trung Quốc: Ngôi vị "độc tôn" từng bước bị lung lay

Kinh nghiệm tìm đối tác ở nước ngoài

Tin tức chứng khoán

Thị trường đã sắp xuống đến đáy

Elle kinh doanh gì tại châu A'

Dyne Group: Doanh nghiệp tư nhân thành công của Trung Quốc

Người giàu nhất nước Nga: một bí thư Đoàn thanh niên trở thành ông trùm dầu lửa

Thư mời hội thảo





TIN TỨC VIỆT NAM

1 - Việt Nam đăng cai hội nghị chuyên ngành viễn thông quốc tế



Tháng 3/2002, Việt Nam lần đầu tiên đăng cai tổ chức Hội nghị chuyên ngành Viễn thông (APECTEL). Dự hội nghị có đại biểu của 21 nền kinh tế thành viên APEC, Tổng cục Bưu điện, Bộ Thương mại và các doanh nghiệp bưu chính viễn thông. Trong chương trình của hội nghị có hội thảo theo chủ đề từ 11-15/3. Kết hợp với hội nghị, Tổng cục Bưu điện còn phối hợp cùng Ban thư ký APECTEL và Bộ Thương mại tổ chức hội thảo về Luật Thương mại điện tử vào ngày 08-09/3. Đặc biệt, để chuẩn bị cho cuộc gặp gỡ Bộ trưởng Viễn thông và Công nghệ thông tin các nước APEC lần thứ 5 tổ chức tại Thượng Hải (Trung Quốc) vào tháng 5/2002, trong thời gian hội nghị có tổ chức cuộc họp quan chức cấp cao viễn thông.

2 - Việt Nam tiếp tục vòng đàm phán gia nhập WTO vào tháng 4/2002

Theo tin từ ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, vòng đàm phán tiếp theo để Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại Thế giới (WTO) sẽ được tiến hành vào đầu tháng 4 năm nay tại Geneve (Thụy Sĩ).

Để chuẩn bị cho vòng đàm phán này, vào tháng 12/2001, bản chào ban đầu về mở cửa thị trường đã được gửi đến Ban thư ký và các nước thành viên WTO. Hiện đã có 9 nước và tổ chức khu vực đặt vấn đề đàm phán gia nhập WTO với Việt Nam.

Đây là vòng đàm phán thứ 5 kể từ khi Việt Nam nộp đơn xin gia nhập WTO. Tại 4 vòng đàm phán trước, Việt Nam đã thực hiện việc minh bạch hóa các chính sách.

3 - Quy định mới về nộp thuế thu nhập doanh nghiệp bổ sung

Bộ Tài chính vừa ban hành Thông tư 18/2002/TT-BTC hướng dẫn thi hành Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN). Theo đó, kể từ ngày 7/3/2002, quy định về kê khai và nộp thuế TNDN bổ sung được sửa đổi như sau: doanh nghiệp có khoản thu nhập còn lại sau khi nộp thuế TNDN cao hơn 20% so với vốn chủ sở hữu hiện có mới phải nộp thuế TNDN bổ sung (hiện tại đang là 12%). Thông tư 18 cũng quy định, các hộ gia đình và cá nhân trồng trọt, chăn nuôi thủy sản có giá trị sản lượng hàng hóa trên 90 triệu đồng/năm và thu nhập trên 36 triệu đồng/năm tạm thời chưa phải nộp thuế TNDN.

4 - Giải quyết dứt điểm vấn đề nhập khẩu xe máy



Theo một nguồn tin có thẩm quyền, Bộ Thương mại sẽ kiến nghị Thủ tướng Chính phủ giao cho Bộ Kế hoạch và Đầu tư phối hợp với Bộ Công nghiệp, Bộ Giao thông-Vận tải, UBND TP.Hà Nội và TP.HCM nghiên cứu giải quyết dứt điểm vấn đề sản xuất và nhập khẩu xe máy. Theo Bộ Thương mại, nếu chỉ sử dụng các công cụ thương mại như thuế nhập khẩu, giấy phép thì sẽ rất khó giải quyết vấn đề nóng bỏng này trong năm 2002. Bởi lẽ, để vượt qua các chính sách về thương mại, nhiều cơ sở sản xuất xe máy giá rẻ của nước ngoài đã có kế hoạch xây dựng nhà máy sản xuất xe máy tại Việt Nam. Khi đó, các rào cản thương mại sẽ mất tác dụng.

TIN TỨC VIỆT NAM

5 - Miễn thuế mua ô tô cho một số loại dự án nhưng phải đúng mục đích



Thủ tướng Chính phủ vừa có văn bản quy định về thuế đối với ô tô mua trong nước cho các dự án ODA không hoàn lại và viện trợ nhân đạo. Theo quy định này, các chương trình, dự án sử dụng nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA dưới hình thức viện trợ không hoàn lại; các chương trình, dự án, các khoản viện trợ của các tổ chức phi Chính phủ nước ngoài dưới hình thức viện trợ không hoàn lại, viện trợ nhân đạo do cơ quan có thẩm quyền phê duyệt mua ô tô tại cửa hàng bán hàng miễn thuế để sử dụng cho dự án, được miễn thuế nhập khẩu, thuế GTGT, thuế tiêu thụ đặc biệt (nếu có). Nếu sử dụng ô tô sai mục đích thì phải truy thu các loại thuế trên (nếu có).

Các DN sản xuất, lắp ráp ô tô bán cho cửa hàng miễn thuế được hưởng ưu đãi về thuế theo quy định của Luật thuế hiện hành đối với hàng xuất khẩu. Các nhà thầu nước ngoài thực hiện thi công các công trình của chương trình, dự án sử dụng nguồn vốn ODA, nếu nhập khẩu xe ô tô thuộc đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt phải nộp thuế theo Luật định, không áp dụng hình thức tạm nhập tái xuất.

6 - Ngân hàng được tự bán tài sản thế chấp qua đấu giá công khai

Ngày 27/2 Ngân hàng Nhà nước (NHNN) TP.HCM đã triển khai thông tư liên tịch 02 của NHNN và Bộ Tư pháp hướng dẫn việc bán tài sản tồn đọng của NH đến trước ngày 31/12/2000 theo quyết định 149 của Chính phủ. Theo đó, NH thương mại được chủ động chọn một trong ba hình thức bán tài sản: tự bán công khai (qua đấu giá) trên thị trường, bán qua Trung tâm Dịch vụ đấu giá tài sản, bán cho công ty mua bán nợ của Nhà nước. Như vậy, so với trước, nay các NH có thêm hình thức tự bán tài sản công khai qua đấu giá. Theo quy định, khi tự bán tài sản các NH phải mời công chứng viên đến tham gia chứng kiến phiên đấu giá và người đó sẽ làm thủ tục chứng thực đối với bất động sản đấu giá.

7 - Hai DN chế biến thuỷ sản đầu tiên của Việt Nam đạt chuẩn HACCP Hoa Kỳ



Ngày 26/2 và 27/2, đại diện tổ chức Sure Fish của Mỹ (đơn vị có chức năng kiểm tra chất lượng hải sản), ông Bart Cox đã chính thức trao chứng nhận US-HACCP cho Xí nghiệp Đông lạnh thuỷ sản Afiex - An Giang và Seafood Nha Trang, tỉnh Khánh Hoà. Đây là 2 đơn vị đầu tiên của nước ta được xác nhận hội đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm cho sản phẩm cá tra, cá basa phi lê đông lạnh phù hợp với tiêu chuẩn quy định của Cơ quan Quản lý dược phẩm và thực phẩm Hoa Kỳ (FDA).

8 - Website của Hội Doanh nghiệp trẻ TP.HCM

Hội Doanh nghiệp trẻ TP.HCM vừa kết nạp thêm 13 hội viên mới, nâng tổng số hội viên lên 153. Website của Hội cũng được trình làng tại địa chỉ: www.ybahcm.com bao gồm các thông tin về hoạt động Hội, hội viên, tin tức, mua bán, sản phẩm, diễn đàn giao lưu...

9 - Tài sản cho thuê tài chính phải đăng ký



Các thông tin về tài sản cho thuê tài chính (CTTC) được lưu giữ trong cơ sở dữ liệu về tài sản CTTC và trong Sổ đăng ký tài sản CTTC sẽ được cung cấp cho mọi cá nhân, tổ chức có nhu cầu tìm hiểu. Đây là quy định tại Thông tư số 04/2002/TT-BTP ngày 22/2/2002 của Bộ Tư pháp hướng dẫn về thẩm quyền, trình tự, thủ tục đăng ký, cung cấp thông tin về tài sản CTTC và việc quản lý nhà nước về đăng ký tài sản CTTC.

Thông tư này cũng quy định: Tài sản CTTC phải đăng ký tại Cục Đăng ký quốc gia giao dịch đảm bảo thuộc Bộ Tư pháp hoặc các Chi nhánh của Cục. Tài sản CTTC này được đăng ký trên cơ sở nội dung kê khai trong đơn của người yêu cầu đăng ký. Người yêu cầu đăng ký phải kê khai chính xác, đầy đủ, phù hợp với thỏa thuận của các bên trong hợp đồng CTTC và chịu trách nhiệm về các nội dung đã kê khai trong đơn.

Công tác đăng ký giao dịch bảo đảm và tài sản CTTC sẽ được tổ chức trước hết tại Hà Nội từ ngày 12/03/2002.

10 - Sẽ có 60 DN vừa và nhỏ của Việt Nam được vay vốn của ADB

Theo Ngân hàng phát triển châu A' (ADB), sẽ có khoảng 60 DN vừa và nhỏ của VN được vay vốn từ Quỹ tài trợ DN Mekong của ADB. Đây là những DN được chọn trong số các DN có tiềm năng phát triển cao về mặt kinh doanh, sử dụng nhiều nhân công lao động, tuân thủ những quy định của Nhà nước trong kinh doanh và có cơ chế quản lý DN chặt chẽ. Với sự giúp đỡ của Quỹ, các DN này sẽ có nguồn vốn trung và dài hạn để phát triển kinh doanh, từ đó thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân nói riêng và tăng trưởng kinh tế của cả nước nói chung. Ngoài cung cấp về tài chính, Quỹ sẽ trợ giúp về mặt kỹ thuật và tư vấn quản lý cho các DN.

11 - Ưu đãi đầu tư vào Khu công nghiệp Sa Đéc



UBND tỉnh Đồng Tháp vừa ban hành chính sách ưu đãi, khuyến khích đầu tư vào Khu công nghiệp (KCN) Sa Đéc. Ngoài các ưu đãi nói chung của Chính phủ, các dự án đầu tư vào KCN Sa Đéc sẽ được miễn 100% tiền thuê lại đất trong 5 năm đầu tư cho 5 dự án đầu tiên, kể từ dự án thứ 6 trở đi nếu đầu tư trong năm 2002 được giảm 50% tiền thuê lại đất trong 5 năm đầu và sẽ giảm 30% tiền thuê lại đất trong 5 năm đối với các dự án đầu tư trong năm 2007. Tất cả các dự án đầu tư vào KCN Sa Đéc đều được miễn phí sử dụng hạ tầng trong thời gian một năm kể từ khi ký hợp đồng thuê lại đất chính thức. Bên cạnh đó, tùy theo dự án, ngân sách tỉnh cũng sẽ xem xét hỗ trợ tối đa không quá 50% kinh phí đào tạo tay nghề cho công nhân theo dự án được duyệt (tối đa không quá 1 triệu đồng/1 lao động được chọn đào tạo). Riêng đối với các doanh nghiệp di dời vào KCN theo chủ trương chính sách của tỉnh sẽ được ngân sách tỉnh xét hỗ trợ chi phí di dời (chi phí tháo dỡ, vận chuyển, lắp đặt).

Ngoài những ưu đãi trên, tỉnh Đồng Tháp cũng thực hiện việc giảm giá cho thuê lại đất trong KCN Sa Đéc. Theo đó, tiền thuê lại đất (đã có hạ tầng) là 0,3 USD/m2/năm nếu thanh toán hằng năm, nếu trả một lần cho cả đời dự án là 10 USD/m2. Nhà đầu tư trả tiền thuê lại đất một lần cho nhiều năm sẽ được giảm mỗi năm là 1%, nhưng tổng mức giảm không vượt quá 25%. Khi nhà đầu tư thuê trên 3 ha đất, ngoài 3 ha tính theo mức bình thường, phần còn lại (trên 3 ha) sẽ được giảm 5% áp dụng trong suốt thời gian thực hiện dự án.

12 - Thời điểm xác định doanh thu tính thuế thu nhập DN



Theo hướng dẫn mới đây của Bộ Tài chính, thời điểm xác định doanh thu để tính thuế TNDN là thời điểm hàng hoá, dịch vụ đã được tiêu thụ, không phân biệt đối tượng nộp thuế đã thu được tiền hay chưa.

Cụ thể, đối với hàng hoá chỉ cần thoả mãn một trong những điều kiện sau: đã giao hàng hoặc đã chuyển quyền sở hữu về hàng hoá; đã có hóa đơn GTGT hoặc hoá đơn bán hàng. Tương tự, đối với dịch vụ cũng chỉ cần thoả mãn một trong các điều kiện: khi dịch vụ đã hoàn thành hoặc khi có hoá đơn GTGT hoặc hoá đơn bán hàng. Trường hợp tiền thanh toán dịch vụ mà người cung cấp được hưởng dựa trên tỷ lệ % hoặc mức độ hoàn thành công việc thì Bộ Tài chính sẽ căn cứ vào thời điểm chấp nhận khoản tiền thanh toán từ phần dịch vụ hoàn thành đó hoặc khi có hoá đơn GTGT, hoá đơn bán hàng.

13 - Chương trình giao dịch với các nhà nhập khẩu tiềm năng của Nhật Bản



Trong khuôn khổ hoạt động của Trung tâm Xúc tiến Thương mại Đầu tư và Du lịch ASEAN - Nhật Bản (AJC), với mục đích hỗ trợ các DN Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, Cục Xúc tiến Thương mại - Bộ Thương mại đã tổ chức cho một số DN sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam giao dịch với các nhà nhập khẩu tiềm năng của Nhật Bản trên trang web của Trung tâm AJC.

Địa chỉ trang web http://www.asean.or.jp trong đó có trang dành cho các nhà xuất khẩu ASEAN đã được khai trương vào tháng 12/2001 giới thiệu sản phẩm của 1.000 công ty từ các nước ASEAN. Kể từ khi khai trương cho tới nay đã có trên 320.000 lượt khách hàng Nhật Bản truy cập vào trang web. Tham gia trang web này, các DN Việt Nam sẽ có cơ hội mở rộng thị trường và tìm kiếm bạn hàng qua đó góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá hơn nữa sang thị trường Nhật Bản và các thị trường khác.

14 - Mở hội chợ Triển lãm sản phẩm Hoa Kỳ

Triển lãm sản phẩm Hoa Kỳ 2002 do Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam chi nhánh TP.HCM (VCCI - HCM) cùng Phòng Thương vụ, Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại TP.HCM đồng chủ trì sẽ được tổ chức trong 2 ngày 11 và 12/3/2002 tại Khách sạn New World, 76 Lê Lai quận 1, TP.HCM.

Tham dự triển lãm có đại diện Bộ Thương mại Hoa Kỳ và Cơ quan phát triển Thương mại của 9 tiểu bang: Arkansas, Colorado, Florida, Iowa, Missisippi, Missouri, News Mexico, Ohio và Virginia. Triển lãm sẽ giới thiệu những sản phẩm, kỹ thuật và dịch vụ mới nhất của 250 công ty Hoa Kỳ.

15 - Phục hồi thị trường xuất khẩu nông sản



Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, sau thời gian giảm sút, năm 2002, thị trường xuất khẩu nông sản VN có khả năng được phục hồi, nhất là đối với các mặt hàng xuất khẩu lớn như gạo, cà phê, hạt tiêu, điều. Dự kiến, kim ngạch xuất khẩu nông sản năm nay sẽ đạt 3 tỷ USD, tăng 15% so với năm 2001. Trong đó, gạo khoảng 4 triệu tấn với kim ngạch trên 750 triệu USD, rau quả khoảng 440 triệu USD, cà phê 800 ngàn tấn với kim ngạch 360 triệu USD, điều khoảng 38 ngàn tấn với kim ngạch 170 triệu USD.

Những năm gần đây, nông sản VN đã được xuất khẩu đi nhiều nước trên thế giới và có tới 60-70% lượng hàng nông sản VN xuất khẩu sang các nước châu A'. Trung Quốc hiện là nước nhập khẩu nhiều nhất hàng nông sản VN với kim ngạch hàng năm đạt 400-500 triệu USD. Ngoài ra, thị trường ASEAN hàng năm đạt khoảng 500 triệu USD, trong đó gạo là mặt hàng chính, được xuất sang ba nước Indonesia, Malaysia và Philippine. Các nước Trung Đông cũng là khu vực tiêu thụ nhiều nông sản VN như hồi, quế, chè, gạo, tiêu, điều với kim ngạch khoảng 200 triệu USD. Ngoài ra, nông sản VN còn xuất khẩu sang các nước thuộc EU, Đông Âu và Nhật Bản.

16 - Chưa thực hiện dự trữ xăng dầu và phân bón



Theo Công văn số 686/VPCP-KTTH của Văn phòng Chính phủ, do không đủ điều kiện tăng Dự trữ quốc gia về xăng dầu và phân bón, nên chưa thực hiện dự trữ lưu thông đối với hai mặt hàng này.

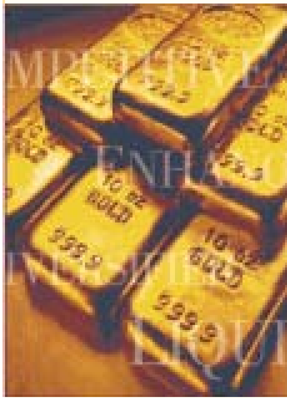
Trong tháng 3/2002, Bộ Công nghiệp phối hợp với Bộ Thương mại chỉ đạo Tổng Công ty Dầu khí Việt Nam xây dựng và báo cáo Thủ tướng Chính phủ trong tháng phương án đổi dầu thô lấy sản phẩm dầu mỏ để chủ động được nguồn xăng dầu trong trường hợp cần thiết; đồng thời chỉ đạo các nhà máy phân bón trong nước tăng cường và mở rộng phương thức bán hàng, bảo đảm nhu cầu phân bón cho vụ lúa Đông- Xuân năm 2001-2002.

Ngân hàng Nhà nước sẽ chỉ đạo các Ngân hàng thương mại bảo đảm đủ nguồn vay cho các DN nhập khẩu phân Urê theo yêu cầu sản xuất nông nghiệp và sản xuất phân NPK trong nước.



Phân NPK đang được đóng bao

17 - Giá vàng tăng cao nhất trong 3 năm qua



Ngày 4/3, giá vàng trong nước biến động rất mạnh và lên đến mức cao nhất trong 3 năm qua. Sáng 4/3, giá vàng thế giới tăng lên 298 USD/ounce (tăng 1,1 USD so với lúc đóng cửa tuần trước); chiều cùng ngày giá vàng thế giới tiếp tục lên đến 300 USD/ounce, tương đương với mức giá cao nhất của đợt biến động trước đó vào ngày 7/2. Một số công ty kinh doanh vàng cho biết việc giá vàng thế giới tăng cao cộng với tình trạng khan hiếm vàng nguyên liệu trong nước đã khiến giá vàng trong nước biến động mạnh.

Diễn biến giá vàng trong ngày 4/3 tại TP.HCM khá phức tạp. Buổi sáng, giá bán vàng SJC của Công ty Vàng bạc đá quý TP.HCM là 5,39 triệu đồng/lượng, sau đó tiếp tục lên 5,40 triệu đồng/lượng; chiều cùng ngày, giá vàng SJC lên đến 5,43 triệu đồng/lượng, mức tăng so với giá bán của các cửa hàng vàng bạc tư nhân ngày 3/3 là 55.000 đồng/lượng. Tại Hà Nội, giá vàng SJC cũng lên đến 5,43 triệu đồng/lượng trong khi tại Đà Nẵng và Cần Thơ, giá vàng SJC từ 5,39 đến 5,4 triệu đồng/lượng.

Theo một số công ty kinh doanh vàng, mặc dù giá vàng tăng rất cao nhưng sức mua của thị trường tương đối khá. Lượng vàng người dân bán ra tăng lên và đây là nguồn cung vàng chính của thị trường tự do, nguồn vàng nhập hầu như đã ngưng hẳn.

Những thông tin cập nhật về chứng khoán Việt Nam sẽ được chuyển tới quý bạn đọc ngay sau phiên giao dịch của thị trường chứng khoán tập trung vào buổi sáng các ngày thứ 2,4,6. Ngoài ra, VDC Media còn giúp bạn đọc có được những thông phân tích, nhìn nhận, đánh giá về thị trường chứng khoán còn non trẻ của Việt Nam. Mời các bạn đăng ký để nhận bản tin Newsletter «Chứng khoán" tại địa chỉ http://newsletter.vdc.com.vn

TIN TỨC THẾ GIỚI

1 - Các công ty dầu mỏ quốc doanh ở Đông Nam A' tăng cường hợp tác



Các công ty quốc doanh dầu mỏ ở Đông Nam A' đang tìm kiếm sự ủng hộ lẫn nhau để bảo vệ lợi ích của mình trước sự cạnh tranh tài chính của các hãng dầu mỏ khổng lồ toàn cầu trên các thị trường trong nước đang ngày càng được tự do hóa. Sự hợp tác này là tất yếu để tận dụng được những cơ hội xuyên biên giới, cho dù giữa các hãng này vẫn có sự cạnh tranh lẫn nhau.

Các quy định về khai thác dầu trong những năm 1990 của các nước Đông Nam A' đã ảnh hưởng đến vị thế thị trường của nhiều công ty dầu mỏ quốc doanh và xóa bớt sự độc quyền của chúng. Trong khi đó, nhằm tăng cường sức mạnh, các hãng dầu mỏ phương Tây đã tiến hành hợp nhất và sáp nhập ồ ạt giữa các nước và giữa các châu lục. Trong tháng 1/02, các công ty dầu mỏ quốc doanh Petronas của Malaixia, Petrolimex của Việt Nam, Pertamina của Inđônêxia đã ký hiệp định ba bên để khoan thăm dò tại vùng biển của Việt Nam. Sự hợp tác này dự định sẽ mở rộng hoạt động sang cả vùng biển của Inđônêxia.

Hai công ty quốc doanh PNOC của Philíppin và Pertamina của Inđônêxia hồi tháng 11/01 cũng đã đạt được một thỏa thuận hợp tác tương tự, trong đó có cả dự án năng lượng địa nhiệt đòi hỏi đầu tư nhiều tỷ USD.

Ông Guilermo Balce, Giám đốc Trung tâm Năng lượng của ASEAN có trụ sở tại Giacácta (Inđônêxia), cho biết một trong những ưu tiên hàng đầu cho sự hợp tác năng lượng trong ASEAN hiện nay xây dựng tuyến đường ống dẫn khí đốt xuyên ASEAN.

2 - Thái Lan muốn trở thành trung tâm thời trang châu A'

Báo Thay Rath ngày 28/2 đưa tin, bộ Công nghiệp Thái Lan sẽ đầu tư ngân sách để triển khai ý đồ đưa nước này trở thành trung tâm thời trang châu A'.

Bộ trên dự kiến trong thời gian 3 năm (2003-2005), ngân sách ban đầu tối thiểu là 900 triệu baht (tương đương 20 triệu USD) sẽ được đầu tư để đưa kim ngạch xuất khẩu thời trang của Thái Lan từ 288 tỷ baht hiện nay lên 500 tỷ baht. Kế hoạch trên chú trọng tới tăng cường hoạt động của khu vực tư nhân, hỗ trợ về thông tin để kịp nắm bắt và đáp ứng các xu hướng thời trang, khuyếch trương sản phẩm của Thái Lan.

Đối với khâu tiêu thụ, các nhà chuyên môn Thái Lan cũng có kế hoạch sẽ điều chỉnh các cửa hàng đại lý, tư vấn về trang trí, biển hiệu để thu hút người tiêu dùng. Thái Lan đang tìm cách thâm nhập và mở rộng thị trường ngoài nước.

3 - Sony sắp thâu tóm hoàn toàn Aiwa



Hãng điện tử Sony Corp. đã đồng ý chuyển công ty sản xuất thiết bị âm thanh đang gặp khó khăn Aiwa Co. mà Sony đang nắm 61,4% cổ phần thành chi nhánh do hãng sở hữu toàn phần bằng cách phát hành cổ phiếu chuyển đổi từ ngày 1/10. Theo thỏa thuận, 1 cổ phiếu thông thường của Aiwa sẽ đổi lấy 0,049 cổ phiếu thông thường của Sony. Đợt này Sony sẽ phát hành 2.502.491 cổ phiếu. Được thành lập vào năm 1951, Aiwa đang đẩy

mạnh quá trình cải tổ cơ cấu bằng cách đóng cửa các nhà máy sản xuất trong nước và giảm một nửa số nhân công. Nhưng kết quả không được như dự đoán do kinh tế toàn cầu suy giảm, sự kiện 11/9 tại Mỹ và nền công nghệ thông tin tại Mỹ giảm sút. Trước khi nằm dưới sự kiểm soát hoàn toàn của Sony, Aiwa sẽ giảm 2/3 chi phí cố định, còn Sony hy vọng thâu tóm Aiwa thì hãng sẽ đẩy mạnh được việc cải cách cơ cấu trong hoạt động kinh doanh điện tử.

4 - Đức và Nhật Bản lại tiến hành thu hồi xe ôtô



Công ty Volkswagen (VW) của Đức thông báo sẽ thu hồi 130.000 xe hơi trên toàn thế giới, trong đó có 90.000 xe được bán tại Mỹ, sau khi phát hiện thấy hệ thống phanh có vấn đề.

Những loại xe bị bị thu hồi là Golf, New Beetle và Bora cũng như các mẫu xe Audi A3, SEAT Toledo và Skoda Octavia. Ngoài ra, chi nhánh Braxin của VW cũng thu hồi 9.395 xe ôtô. Đợt thu hồi này được tiến hành khoảng hai tuần sau động thái tương tự của các hãng ôtô VW, Ford, General Motors và Fiat. Hệ thống phanh của các hãng này đều do Continental do Brasil Produtos Automotivos Ltda cung cấp.

Trong khi đó, công ty sản xuất ôtô Mitsubishi Motors Corp. của Nhật Bản dự định thu hồi 22.626 xe thể thao trên thị trường Nhật cũng vì bộ phận phanh có khiếm khuyết. Còn Isuzu Motors sẽ thu hồi 2.145 xe tải Giga trọng tải 20 tấn được sản xuất trong giai đoạn từ 11/12/1999 đến 18/7/2001.

5 - Nga cấm nhập khẩu thịt gia cầm của Mỹ

Ngày 1/3, Cục Thú y Liên bang Nga đã ra lệnh đình chỉ nhập khẩu và dự định từ 10/3 sẽ cấm hoàn toàn việc nhập khẩu các loại thịt gia cầm của Mỹ. Theo Bộ Nông nghiệp Nga, sở dĩ phải áp dụng các biện pháp này vì phía Nga đã nhiều lần đề nghị phía Mỹ cho biết họ đã sử dụng các loại thuốc kích thích và tăng trọng nào trong chăn nuôi gia cầm và khi làm thịt họ đã dùng các loại thuốc sát trùng và thuốc bảo quản nào. Tuy nhiên, phía Mỹ đã không trả lời. Bộ Nông nghiệp Nga cảnh báo nếu lần này phía Mỹ tiếp tục im lặng thì Cục Thú y Nga sẽ đưa ra quyết định cứng rắn hơn - cấm hoàn toàn việc nhập khẩu thịt gia cầm có nguồn gốc từ Mỹ.

Cuối năm ngoái, Ucraina cũng đã dùng những biện pháp cứng rắn đối với việc nhập khẩu thịt gia cầm của Mỹ. Theo các chuyên gia Ucraina, trong chăn nuôi gia cầm, Mỹ đã sử dụng các loại thuốc kháng sinh và thuốc kích thích tăng trọng, còn khi làm thịt họ đã dùng các loại thuốc sát trùng và thuốc giữ cho thịt tươi lâu mà ở Ucraina và nhiều nước SNG cấm dùng từ lâu.

6 - Trung Quốc sẽ có cơ chế tối huệ quốc với Việt Nam

Trung Quốc sẽ dành cho Việt Nam quy chế Tối huệ quốc sau khi Trung Quốc tham gia vào Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Thông báo này đã được Tổng Bí thư, Chủ tịch nước Cộng hòa Nhân Dân Trung Hoa Giang Trạch Dân đưa ra trong cuộc gặp gỡ với Thủ tướng Phan Văn Khải ngày 28/2/2002 tại Hà Nội.

Thủ tướng Phan Văn Khải đã bày tỏ sự hoan nghênh về việc Trung Quốc sẽ dành cho Việt Nam quy chế tối huệ quốc, cũng

như ủng hộ Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO. Tổng Bí thư Giang Trạch Dân cũng cho biết, trong thời gian tới, Trung Quốc sẽ cùng với Việt Nam kiểm định lại những nguyên tắc trong quan hệ hợp tác kinh tế, đầu tư, thương mại giữa hai nước Trung - Việt để đưa ra các biện pháp thúc đẩy quan hệ kinh tế hai nước phát triển.

7 - Thái Lan cạnh tranh với Việt Nam trên thị trường gạo Ba Lan

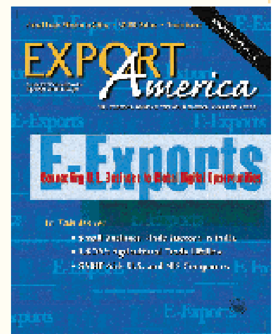


Báo Phuchatcan ngày 27/2 trích dẫn nguồn tin từ bộ Thương mại Thái Lan cho biết, hiện nay gạo trắng loại 10% và 5% của Thái Lan bắt đầu được ưa chuộng ở thị trường Ba Lan song cũng vấp phải sự cạnh tranh với gạo của Việt Nam có giá rẻ hơn.

Theo nguồn tin trên, tính từ năm 1997, gạo của Việt Nam đứng đầu thị trường Ba Lan, trong khi khả năng xâm nhập thị trường này của gạo Thái Lan chưa ổn định vì còn tuỳ thuộc vào giá cả. Cụ thể, năm 1998 Ba Lan nhập từ Việt Nam 37.169 tấn gạo và nhập từ Thái Lan 19.606 tấn; năm 1999 nhập từ Việt Nam 49.691 tấn và từ Thái Lan 19.675 tấn; năm 2000 nhập từ Việt Nam 60.482 tấn và từ Thái Lan 16.008 tấn. Trong 8 tháng đầu năm 2001 Ba Lan nhập từ Việt Nam 42.143 tấn và từ Thái Lan 13.718 tấn.

Các nhà chuyên môn Thái Lan cho rằng để hạn chế tình huống cạnh tranh với gạo của Việt Nam ở thị trường Ba Lan, Thái Lan nên tập trung vào loại gạo chất lượng cao, như gạo trắng 100% và gạo Hương nhài bởi gạo của Việt Nam xuất sang Ba Lan chủ yếu là gạo 10% tấm. Hiện thời, gạo Hương nhài của Thái Lan mới chủ yếu được tiêu thụ ở các nhà hàng, khách sạn. Thậm chí những nhà hàng thuộc sở hữu của người Việt Nam, như Sea Foods Pland và Asian Foods, cũng nhập gạo Hương nhài của Thái Lan với giá cao.

8 - Chính phủ Mỹ thừa nhận cần sửa đổi hệ thống trợ cấp thuế xuất khẩu



Chính quyền của Tổng thống Mỹ George W. Bush đã thừa nhận rằng với phán quyết mới đây của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), Mỹ cần có những thay đổi lớn trong việc trợ cấp thuế xuất khẩu để tránh bị Liên minh châu Âu (EU) đánh thuế trừng phạt lên tới 4 tỷ USD/ năm.

Đây là lần đầu tiên chính quyền của Tổng thống Bush thừa nhận trực tiếp rằng Mỹ cần thay đổi quan điểm đối với việc nước này hàng năm trợ cấp thuế xuất khẩu trị giá tới 4 tỷ USD cho các công ty lớn của mình. Trước đơn kiện của EU, WTO đã bốn lần phán quyết rằng hệ thống này vi phạm các quy định thương mại. Tuy nhiên, theo các nhà phân tích, việc thay đổi luật pháp ở Mỹ vào lúc này là rất khó, do các phe phái đang chuẩn bị tranh cử quốc hội vào tháng 11/ 02.

9 - Mỹ muốn xúc tiến Hiệp định tự do thương mại với ASEAN và APEC

Theo AFP (1/3), Tổ chức kinh doanh của Mỹ hôm qua đã lên tiếng cho biết Hiệp thương mại song phương giữa Mỹ và Singapore đang được hoàn chỉnh nên được

coi là một Hiệp định mẫu cho việc xây dựng quan hệ thương mại với các khối khác đặc biệt là ASEAN và APEC.

Phòng thương mại Mỹ tại Singapore (AmCham) trong văn bản cơ sở cho các cuộc đàm phán về mậu dịch tự do song phương đã yêu cầu hai Chính phủ dựa vào những cam kết và quy định của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) để xây dựng hiệp định và dỡ bỏ những rào cản thương mại còn tồn tại cho đến nay.

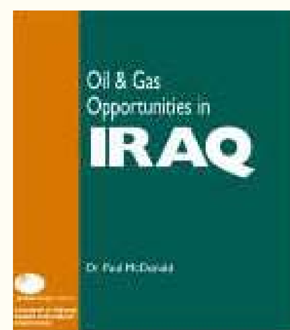
10 - OPEC đề nghị các nước ngoài OPEC tiếp tục cắt giảm sản lượng dầu thô



Chủ tịch Tổ chức các Nước Xuất khẩu Dầu mỏ (OPEC) Rilwanu Lukman ngày 27/2 đã đề nghị các nước xuất khẩu dầu mỏ ngoài OPEC tiếp tục duy trì cắt giảm sản lượng dầu thô trong quí II/02 như đã thực hiện từ đầu tháng 1. Theo ông Lukman, việc các nước trong và ngoài OPEC tiếp tục cắt giảm sản lượng trong quí II, thời điểm mà theo truyền thống hàng năm nhu cầu dầu mỏ đều giảm xuống, là vô cùng quan trọng để ổn định giá dầu mỏ.

Tuyên bố trên của ông Lukman được coi là nhằm vào Nga, nước xuất khẩu dầu mỏ lớn thứ hai thế giới, bởi các quan chức chính phủ Nga mới đây đã tỏ ý rằng nước này có thể sẽ không tiếp tục cắt giảm lượng dầu thô xuất khẩu trong quí II/02. Tuy nhiên, theo các nguồn tin và các chuyên gia phân tích trong ngành dầu mỏ, OPEC sẽ tìm cách thuyết phục Nga chứ không có ý định sử dụng biện pháp đe dọa sẽ có chiến tranh giá dầu mỏ để buộc Nga phải đồng ý cắt giảm sản lượng. Giá dầu thô trên các thị trường thế giới đã nhích lên do lượng dự trữ dầu mỏ ở Mỹ giảm và những lo ngại về khả năng Mỹ sẽ tấn công Irắc.

11 - Mỹ là nước nhập khẩu dầu lớn nhất từ Iraq



Phóng viên TTXVN tại Washington dẫn thống kê của Bộ Năng lượng Mỹ cho biết, mặc dù đã liệt Iraq vào cái gọi là "liên minh ma quỷ" cùng với Iran và CHDCND Triều Tiên và "dành ưu tiên cao" cho việc lật đổ Tổng thống Iraq Sadam Hudsen, nhưng Mỹ lại là nước được lợi nhiều nhất từ chương trình "đổi dầu lấy lương thực" và là nước nhập khẩu dầu nhiều nhất từ Iraq.

Theo thống kê của Bộ Nẻ ng lượng Mỹ, trong năm 2001 các công ty của Mỹ mỗi ngày mua trung bình 790.000 thùng dầu thô, chiếm gần một nửa lượng dầu xuất khẩu của Iraq theo chương trình "đổi dầu lấy lương thực" do Liên hợp quốc giám sát, và chiếm tới 9% tổng khối lượng nhập khẩu dầu lửa của Mỹ. Tính riêng từ tháng 7/2001 đến hết năm 2001, Mỹ đã nhập 70% lượng dầu xuất khẩu từ Iraq.

Trước khả năng Mỹ có thể tấn công quân sự vào Iraq, các công ty Mỹ đang ráo riết tìm kiếm các nguồn nhập khẩu dầu từ các nước khác để phòng nguy cơ bị gián đoạn nguồn cung cấp dầu lửa.

TIN TỨC THẾ GIỚI

12 - Trung Quốc sửa đổi Luật kiểm tra hàng hoá xuất nhập khẩu



Cơ quan lập pháp đứng đầu Trung Quốc cho biết sẽ sửa đổi luật về kiểm tra hàng hoá xuất khẩu và nhập khẩu theo những cam kết Trung Quốc phải thực hiện khi gia nhập WTO.

Bản dự thảo sửa đổi quy ước một hệ thống chứng nhận quốc gia thống nhất sẽ được áp dụng cho tất cả các hàng hoá xuất khẩu và nhập khẩu, để phù hợp với các quy định của WTO. Hệ thống chứng nhận chất lượng hiện nay chỉ được sử dụng cho các hàng hoá xuất nhập khẩu trong khi hệ thống chứng nhận bắt buộc được sử dụng riêng cho các sn phẩm bán trên thị trường nội địa.

Bản dự thảo sửa đổi sẽ siết chặt các quy định về kiểm tra nhằm "bảo vệ sức khoẻ, an toàn cho người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, ngăn chặn các hành vi bất hợp pháp và đảm bảo an ninh quốc gia", thay thế những quy định đã lỗi thời và đáp ứng các tiêu chuẩn cần thiết để phát triển ngoại thương. Bản dự thảo này không bao gồm những quy định về thương mại, khối lượng, và trọng lượng của hàng hoá.

13 - Ngày 1/3: Đồng euro chính thức trở thành đồng tiền duy nhất tại EU



Hai tháng kể từ khi được chính thức lưu thông ngày 1/1/2002, đồng euro cuối cùng đã trở thành đồng tiền hợp pháp duy nhất tại 12 nước châu Âu vào ngày 1/3.

Pháp, Ireland và Hà Lan vừa mới chính thức từ bỏ đồng tiền riêng của họ, trong khi 9 nước còn lại đã tổ chức lễ chia tay với đồng tiền của mỗi nước vào lúc 12h đêm ngày 28/2, theo giờ trung Âu. (23h GMT).

Đồng euro đã được 300 triệu công dân EU chấp nhận rộng rãi và quá trình chuyển đổi sang tiền mới đã được tiến hành suôn sẻ trong 2 tháng qua. Đây thực sự là khích lệ lớn với Ngân hàng trung ương châu Âu (ECB), cơ quan đã vạch ra kế hoạch này.

Những lo ngại trước đây về tình trạng lạm phát, giá cả leo thang, chi phí đổi tiền tốn kém và tình trạng rối loạn thị trường khi phát hành đồng euro đã không xảy ra, khiến những người theo phái ủng hộ đồng tiền chung ở các nước chưa sử dụng đồng euro là Anh, Đan Mạch và Thuỵ Điển càng thêm hăng hái.

Luật cho các DN phân biệt đối xử?



Việt Nam chuyển sang nền kinh tế thị trường đã hơn 15 năm, nhưng cho tới nay, nhiều DN hễ có dịp là phàn nàn về bị phân biệt đối xử. Hiện nay, DN trong nước thì so bì với quốc doanh, và đôi khi, quốc doanh cũng so bì với dân doanh. Tất cả đều cho rằng mình bị phân biệt đối xử. Vậy, có nên gom các luật về DN thành một luật chung?

Yêu cầu có một sân chơi bình đẳng cho các DN và các thành phần kinh tế là rất chính đáng, phù hợp với đường lối phát triển kinh tế. Tuy nhiên, ý kiến về vấn đề này dường như lại chưa thống nhất. Nhiều người cho rằng, sở dĩ có tình trạng bất bình đẳng là do nước ta có nhiều luật về DN: Luật Doanh nghiệp, Luật Doanh nghiệp Nhà nước, Luật Đầu tư nước ngoài, Luật Hợp tác xã. Vậy, để có cùng sân chơi, nên chăng cần thống nhất các luật này thành một luật DN chung?

Không phải do cơ chế

Trong cuộc gặp ngày 7/1 giữa lãnh đạo Ngân hàng Nhà nước (NHNN) với các DN ở TP.HCM, Thống đốc NHNN Việt Nam Lê Đức Thúy lại có ý kiến khác. Ông cho rằng: "Sự phân biệt đối xử một phần do cơ chế, nhưng chủ yếu xuất phát từ tâm lý hành xử của ngân hàng". Tuy ông chỉ nói về ngân hàng, song ý kiến này cũng đúng đối với nhiều ngành khác.

Tuy nhiên, để dễ thống nhất ý kiến, cần phân biệt 2 khái niệm có nghĩa rất gần nhau: "phân biệt đối xử" và "ưu đãi/hạn chế" cũng hàm ý phân biệt đối xử. Để tránh lẫn lộn, cần hiểu "phân biệt đối xử" là xử lý khác nhau, tùy theo thành phần kinh tế trong thi hành cùng một chính sách, một quy định của pháp luật. Còn "ưa đãi/hạn chế" là xử lý khác nhau theo quy định của pháp luật. Một bên là hành vi không đúng của người thi hành công vụ, cần sửa chữa. Một bên là chính sách, pháp luật cần thực hiện.

Những ưu đãi/hạn chế nói chung là hợp lý và cần thiết. Song, cũng có thể có những trường hợp bất hợp lý. Do chưa có sự phân biệt 2 khái niệm này, nên nhiều người đã lẫn lộn những bất hợp lý về mặt chính sách ưu đãi/hạn chế cần sửa đổi với sự phân biệt đối xử cần khắc phục.

Với khái niệm trên, có thể thấy nguyên nhân chủ yếu của tình trạng phân biệt đối xử không phải do cơ chế, mà do "tâm lý hành xử" trong thực hiện.

Không cần luật DN chung

Hệ thống pháp luật hiện hành cho thấy, mỗi DN chỉ chịu sự điều chỉnh của một luật DN thích ứng với nó, nhưng lại chịu sự điều chỉnh của nhiều luật khác: Luật Dân sự, Bộ luật Lao động, Luật Thương mại, Luật thuế, Luật Đất đai, Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế và nhiều luật, pháp lệnh khác.



Nếu luật riêng cho từng loại DN chỉ có một và chủ yếu là đối nội, thì luật chung cho mọi DN lại rất nhiều và chủ yếu là đối ngoại. Có thể nói, mỗi mặt hoạt động trong xã hội của DN đều được điều chỉnh bởi những luật chung tương ứng. Đó là sân chơi chung. Vì vậy, ý kiến đề nghị thống nhất các luật về DN thành một luật DN chung để khắc phục tình trạng phân biệt đối xử là không có cơ sở và cũng không thể thực hiện đối với kinh doanh quốc doanh.

Một trong những yêu cầu cải cách hành chính hiện nay là tách quản lý nhà nước, chức năng của Nhà nước với quản lý kinh doanh, chức năng của chủ sở hữu. Ranh giới này rất rõ đối với dân doanh, chức năng của chủ sở hữu, nên vừa phải quản lý nhà nước, lại phải quản lý kinh doanh. Nếu coi Luật DN là luật chung, thống nhất cho mọi thành phần kinh tế, thì đó là công cụ quản lý nhà nước, thể hiện quyền quản lý của Nhà nước với tư cách cơ quan quyền lực xã hội. Mọi DN, kể cả DNNN, đều thuộc phạm vi điều chỉnh của Luật này.

Nhưng, Luật Doanh nghiệp không thay thế được cho Luật Doanh nghiệp Nhà nước, công cụ quản lý của Nhà nước với tư cách là chủ sở hữu. Luật Doanh nghiệp và Luật Doanh nghiệp Nhà nước luôn tồn tại song song, mỗi luật có vai trò riêng của nó.

Lâu nay, khái niệm quyền tự chủ của DNNN với quyền của những người được uỷ quyền qun lý DN (từ hội đồng quản trị, giám đốc cho tới các bộ, UBND tỉnh, TP) hình như chưa được phân biệt rõ. Do đồng nghĩa hai khái niệm này, nên nhiều giám đốc quốc doanh cảm thấy mình ít quyền hơn giám đốc dân doanh, và muốn áp dụng Luật Doanh nghiệp cho quốc doanh để rộng quyền hơn. Họ quên rằng, giám đốc quốc doanh, và có thể kể tới cả bộ trưởng, chủ tịch UBND tỉnh, thành cũng chỉ là người đại diện chủ sở hữu, chỉ có thể hành xử công việc theo những quyền mà chủ sở hữu (Nhà nước) uỷ thác mà thôi.

Quyền của giám đốc quốc doanh có thể mở rất rộng, nhưng không thể toàn quyền. Cho nên, Luật Doanh nghiệp Nhà nước thực chất là "luật" của chủ sở hữu - Nhà nước quy định về phân công, phân cấp cho bộ máy của mình quản lý DN của mình.

Cần một tâm lý hành xử mới

Biện pháp khắc phục tình trạng phân biệt đối xử cần áp dụng phải là các biện pháp về giáo dục và tổ chức, nhằm nâng cao trình độ và thống nhất nhận thức của đội ngũ công chức. Trên tầm xã hội, cần áp dụng mọi biện pháp cần thiết nhằm hình thành một tâm lý xã hội thích hợp với kinh tế thị trường định hướng XHCN, khắc phục triệt để tư tưởng kỳ thị đối với dân doanh, đặc biệt là doanh nhân chân chính, tầng lớp cần được đặt vào vị trí động lực để phát triển kinh tế và cần được tôn vinh. Về mặt này, công tác lý luận, tư tưởng có ý nghĩa vô cùng quan trọng.

Dược phẩm: Lợi nhuận cao cùng với thách thức lớn

Thời kỳ hoàng kim của ngành dược với mức lợi nhuận tốt nhất trong 25 năm qua có thể kéo dài thêm bao lâu nữa thì người ta chưa biết, nhưng trước mắt các hãng dược toàn cầu đang có nhiều vấn đề phải giải quyết như các bản quyền sản xuất những sản phẩm cho nhiều lợi nhuận nhất sắp hết hạn, những đối thủ công nghệ sinh học mới đang xuất hiện và cuộc tranh cãi dữ dội về việc cung cấp dược phẩm cho các nước nghèo đang gây nhiều bất lợi cho các hãng dược phẩm.



Thoạt nhìn, thời kỳ tươi đẹp dành cho các hãng bào chế và các nhà phân phối những loại dược phẩm quan trọng -có khả năng không chỉ kéo dài tuổi thọ mà còn nâng cao chất lượng cuộc sống- dường như vẫn còn khả năng kéo dài thêm nhiều năm nữa.

Những kết quả gần đây cho thấy ít nhất thì những công ty dược lớn vẫn đang phát triển. Tập đoàn dược phẩm có doanh thu lớn nhất thế giới GlaxoSmithKline thông báo lợi nhuận trong năm 2001 tăng 16% và dự báo sẽ tiếp tục duy trì mức tăng này trong hai năm tiếp sau.

Hòn đá tảng cho sự phát triển của ngành này là những phát minh các loại dược phẩm bán chạy như Prozac và Viagra đã đem lại doanh thu nhiều tỷ USD mỗi năm.

Chỉ tính trong giai đoạn 2000-2005, bản quyền phát minh những dược phẩm đã đem lại doanh thu hàng năm 40 tỷ USD cho ngành dược sẽ hết hạn. Sự hết hạn bản quyền một loại dược phẩm sẽ mở đường cho sự ra đời những bản sao của nó mà theo lẽ tự nhiên sẽ làm giảm lợi nhuận của dược phẩm đó.

Jan Leschly, cựu giám đốc điều hành của SmithKline Beecham, cho biết, trong vòng 3 tháng trước khải hết hạn bản quyền về Prozac, doanh thu bán loại dược phẩm này đã giảm tới 90%. Ông Leschly cho rằng các công ty dược lớn muốn duy trì được mức lợi nhuận cao thì họ phải tung ra ít nhất khảong 2-4 sản phẩm quan trọng mới mỗi năm. Tuy nhiên, Leschly nhấn mạnh đó là điều rất khó. Trong năm 2001, tất cả 15 công ty dược hàng đầu cũng chỉ có vẻn vẹn 14 sản phẩm hóa dược mới được các nhà chức trách Mỹ chấp nhận.

Tại Mỹ, các loại dược phẩm trên đã đem lại một nửa tổng doanh thu của thị trường dược phẩm trị giá 350 tỷ USD mỗi năm, số lượng các đại diện bán hàng dược phẩm cho các hệ thống y tế đã tăng chóng mặt lên gần 80.000. Ông Leschly cho biết số các đại diện bán hàng trong các phòng khám ở Mỹ còn đông hơn cả số bệnh nhân ngoại trú. Người bán

ĐẦU TƯ



nhiều, lại được tự do định giá, trong khi người mua ít đã dẫn đến tình trạng cạnh tranh giá cả quyết liệt, gây thiệt hại lớn cho các công ty dược.

Một số các nhà quản lý tin rằng làn sóng sáp nhập công ty trong ngành dược thời gian gần đây sẽ tiếp tục tăng lên để họ giảm bớt chi phí và củng cố sức cạnh tranh.

Các nhà quản lý khác cho biết cách thức nghiên cứu và phát triển các loại dược phẩm mới sẽ thay đổi về cơ bản. Họ nhấn mạnh những thành tựu đột phá trong công nghệ gen, bản đồ gen người là tiến bộ quan trọng mà ngành dược sẽ phải dựa vào để phát triển.

Franz Humer, giám đốc điều hành hãng Roche, cho biết thập kỷ tới sẽ chứng kiến một sự thay đổi đột ngột trong phát minh và tiếp thị dược phẩm. Một dược phẩm trong tương lai sẽ được tạo ra từ việc nghiên cứu thận trọng bản chất sinh học của bệnh.

ý tưởng bào chế thuốc cho từng cá thể bệnh nhân có những đặc điểm gen khác nhau đã xuất hiện trong ngành dược. Ông Humer cho biết, một loại thuốc chữa ung thư vú của Roche ban đầu không mấy ấn tượng trong các thử nghiệm lâm sàng do chỉ có tác dụng trên 25-30% số phụ nữ có một gen có đặc trưng chung. chỉ khi hãng phát hiện sự bộc lộ của gen đó, tỷ lệ thành công có thể đạt tới 70-80% và tương lai của dược phẩm đó đã được đảm bảo.

Một xu thế nữa là các hãng dược lớn sẽ tăng cường mua lại các sản phẩm hứa hẹn cho lợi nhuận từ các cơ sở nhỏ hơn không có khả năng tiếp thị sản phẩm của mình. ẩn dưới các hoạt động nghiên cứu, phát triển và chiến thuật tiếp thị bề nổi đã lờ mờ hiện ra một bức tranh lớn: sau khi cuộc tranh luận về thỏa thuận cung cấp thuốc chữa bệnh HIV/AIDS cho châu Phi được giải quyết thì ngành dược lại đối mặt với một vấn đề mới thuộc về quan niệm: tình trạng già hóa dân số ở phương Tây và những tác động về kinh tế-xã hội của nó.

Ông Stahler nhận xét: Thực tế, ngành dược đang phải làm một việc trái khoáy là kiếm tiền từ những bệnh tật trong xã hội. Bởi vậy, thương mại sẽ luôn là một thách thức của nó.

Những thông tin cập nhật về chứng khoán Việt Nam sẽ được chuyển tới quý bạn đọc ngay sau phiên giao dịch của thị trường chứng khoán tập trung vào buổi sáng các ngày thứ 2,4,6. Ngoài ra, VDC Media còn giúp bạn đọc có được những thông phân tích, nhìn nhận, đánh giá về thị trường chứng khoán còn non trẻ của Việt Nam. Mời các bạn đăng ký để nhận bản tin Newsletter «Chứng khoán" tại địa chỉ http://newsletter.vdc.com.vn

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly
Số 19 ngày 06/03/2002

NẮM BẮT KHẨU VỊ THỦY SẢN

Cơ hội xuất khẩu sang Trung Quốc và châu Âu



Khá đông người tiêu dùng ở châu lục rộng lớn này cho rằng thủy sản là loại thực phẩm an toàn hơn cả cho sức khỏe và cuộc sống con người. Xu hướng tiêu dùng thực phẩm đang thay đổi ở các nước phát triển chính là cơ hội cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam.

Đầu năm mới 2002, tại TP.HCM, ông Shong Shuyi, Chủ tịch tập đoàn China Kingdom Group Trung Quốc, đã thuyết trình trước gần 400 nhà DN sản xuất và chế biến thủy sản Việt Nam, về cơ hội xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường rất rộng lớn của Trung Quốc. Ông Shong Shuyi nhận định rằng người dân Trung Quốc đang thay đổi khuynh hướng tiêu dùng, họ ngày càng dùng nhiều tiền hơn trước để mua đồ thủy sản. Một phần là do họ lo sợ bị béo mập. Một số nước cho rằng người mẫu Trung Quốc mập hơn người mẫu ở các nước khác. Phần khác họ lo ngại bệnh bò điên, gia súc lở mồm long móng. Phần đông người dân Trung Quốc cho rằng thủy sản là an toàn hơn cả.

Trung Quốc tiêu thụ lớn nhất thủy sản Việt Nam ?

Từ năm 1989 đến năm 1997, tiêu thụ thủy sản của mỗi gia đình Trung Quốc đã tăng gấp 3,5 lần. Trong khi đó, tiêu thụ thịt gia súc giảm và tiêu thụ thịt gia cầm, trứng chỉ tăng chút ít. Do nguồn đánh bắt trong nước không ổn định nên nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc ngày càng tăng mạnh. Chỉ tính riêng TP.Thượng Hải năm 1999 mới nhập khẩu 11.200 tấn thủy sản, nhưng năm 2000 lượng nhập khẩu thủy sản tăng vọt lên 80.300 tấn, chủ yếu là cá và tôm.

Ông Shong Shuyi đưa ra dự báo nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc sẽ tăng với tốc độ không thể tin được. Nguyên nhân chính là do tốc độ phát triển kinh tế của Trung Quốc sẽ tiếp tục đạt mức cao nhất châu A': năm 2001 GDP tăng 7,3%, dự kiến sẽ đạt mức 7%/năm từ 2002 đến 2004. Dự trữ ngoại tệ đạt 212 tỷ USD vào cuối năm 2001. Nông dân Trung Quốc có thu nhập ngày càng cao hơn, GDP trên đầu người của Trung Quốc năm 2000 là 588 USD, trong đó Bắc Kinh đạt 2.817 USD và Thượng Hải là 4.500 USD. Đặc biệt, tiền tiết kiệm của người dân Trung Quốc gửi tại ngân hàng vào cuối năm 2001 lên tới 7.180 tỷ NDT (tương đương 86,51 tỷ USD).

Ông Shong Shuyi đã đề xuất một chiến lược để các DN thủy sản Việt Nam xuất khẩu thành công thủy sản vào Trung Quốc. Cụ thể là: cố gắng tìm kiếm những bạn hàng, đối tác tốt tại Trung Quốc và luôn tạo cho họ sự tín nhiệm và uy tín của công ty Việt Nam ; xây dựng thương hiệu thủy sản Việt Nam với chính bao bì, đóng gói từ Việt Nam ; cung cấp sản phẩm ổn định, chất lượng cao và ngày càng tăng; lập văn phòng đại diện của công ty Việt Nam tại Trung Quốc. Có thể phối hợp cùng VASEP cùng lập một văn phòng chung tại các thành phố lớn của Trung Quốc. Các sản phẩm thủy sản của Việt Nam đóng gói nhỏ có thể bán thẳng cho



hệ thống siêu thị và các chuỗi cửa hàng và điều này sẽ gia tăng thị phần. Những DN thủy sản Việt Nam cần nhanh chóng sử dụng mạng thương mại điện tử, thiết kết trang website, tham dự hội chợ triển lãm tại Trung Quốc và cuối cùng cần cố gắng thực hiện những chiến dịch quảng bá, xúc tiến tiếp thị rộng rãi đến công chúng Trung Quốc để họ biết sản phẩm thủy sản mang thương hiệu Việt Nam .

Cơ hội xuất khẩu thủy sản “ăn liền” vào châu Âu

Theo ông Mike Urch, Tổng biên tập báo Seafood International, ngày nay, xu hướng tiêu dùng thủy sản ở châu Âu đã và đang có những thay đổi lớn. Phần lớn người tiêu dùng tại châu Âu (đặc biệt tại Tây Âu) mua thủy sản tại các siêu thị lớn nơi họ có thể đồng thời mua sắm các loại thực phẩm khác. Do đó, số lượng những cửa hàng nhỏ chuyên bán thủy sản (có thể bán cả thịt gia cầm và đồ chơi) đã giảm đáng kể và sẽ tiếp tục giảm. Những siêu thị lớn có các tủ trưng bày thủy sản tươi ướp đá với đội ngũ nhân viên chào mời tại quầy hoặc siêu thị có thể gồm tất cả các mặt hàng thủy sản đã được chế biến trước khi đóng gói để giúp cho người tiêu dùng tự lựa chọn.

Xu hướng phổ biến tại châu Âu hiện nay là một tuần một lần, các gia đình đi xe ô tô đến siêu thị lớn hay hệ thống siêu thị mua tất cả các thứ cần thiết để sử dụng trong một tuần, việc mua sắm hàng ngày gần như biến mất. Người dân châu Âu ngày càng hướng tới sự tiện ích, tiện lợi trong việc mua sắm thực phẩm. Họ không còn muốn tốn thời gian nấu ăn tại gia đình và ngày càng quan tâm đến các loại thực phẩm mà ít nhất cũng được chuẩn bị tương đối, nếu không muốn nói là hoàn toàn có thể nấu ăn ngay. Giám đốc điều hành một công ty tại Anh cho biết, người châu A’ nói chung biết cách mổ thịt cá, nhiều người còn thích mua cá tươi nguyên con hơn. Họ biết cách chế biến, làm sạch, còn người châu Âu không biết làm.

Nhu cầu tiêu dùng của châu Âu đã tăng đáng kể đối với thủy sản cắt miếng, cắt khúc và các dạng cắt khác, da và xương đã được loại bỏ. Người ta có thể nấu ngay cá với rau hoặc mì và bữa ăn sẵn sàng có ngay chỉ sau vài phút. Những nhà bán lẻ ở châu Âu đã thành công trong việc tăng nhu cầu tiêu thụ bằng cách trưng bày cá và các loài giáp xác trong bao bì được kiểm soát áp suất (CAP), thấy rõ sản phẩm bên trong, không có mùi hôi và sự thất thoát độ ẩm. Một cách tương tự như CAP là đóng gói kiểm soát không khí (MAP), nghĩa là khi bao gói thủy sản có trộn lẫn một số loại khí (carbon dioxide, nitrogen và oxygen) để bảo quản và giữ nguyên màu sắc sản phẩm bên trong. Hầu hết các siêu thị, người ta chào bán những sản phẩm chế biến sẵn (ready to cook) thay thế cho thủy sản đông lạnh. Người tiêu dùng châu Âu thường gọi những sản phẩm này là “những bữa ăn” hay đơn giản là các sản phẩm giá trị gia tăng. Chúng không cần gia công chế biến gì thêm, chỉ cần đưa vào lò vi ba vài phút, mang ra là ăn được ngay.

PGS.TS Nguyễn Hữu Dũng, Tổng thư ký Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam nhận định, những nghiên cứu nhu cầu thị trường và sự thay đổi tập quán tiêu thụ ở Trung Quốc và châu Âu của các chuyên gia nước ngoài rất quan trọng cho các DN trong ngành thủy sản Việt Nam. Còn ông Shong Shuyi nhận định, nếu Việt Nam có chiến lược tiếp thị tốt, chỉ hai ba năm nữa xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sẽ bỏ qua Trung Quốc.

Thị trường viễn thông Ấ’n Độ và Trung Quốc: những hứa hẹn sau khi mở cửa

Ấ'n Độ: Bắt đầu mở cửa thị trường viễn thông



Cuối cùng cái mà các nhà đầu tư nước ngoài và giới doanh nghiệp Ấ’n Độ chờ đợi lâu nay cũng đã đến: Chính phủ Ấ’n Độ quết định từng bước mở cửa thị trường viễn thông trong nước bắt đầu từ từ năm 2002.

Ông vua phần mềm của Ấ’n Độ, Azim H.Premji, nói rằng việc chấm dứt sự độc quyền của các công ty viễn thông thuộc sở hữu nhà nước (Telcos) là tất yếu, vì nay đã đến lúc người sử dụng không thể chấp nhận các mức giá dịch vụ bất hợp lý do các công ty này độc quyền áp đặt lâu nay. Sau quyết định này, cuộc cạnh tranh chắc chắn sẽ gia tăng, đặc biệt từ phía các công ty tư nhân. Chẳng hạn, công ty Wipro Ltd. do Azim làm giám đốc đã chào mời giá cước điện thoại rẻ hơn nhiều so với giá hiện nay của các Telcos.

Cho đến nay người dân Ấ’n Độ đã phải trả giá gấp ba lần giá quốc tế cho mỗi cuộc gọi điện thoại. Quyết định của chính phủ Ấ’n Độ chấm dứt sự độc quyền của nhà nước và tư nhân hóa các Telcos, cho phép các công nghệ mới như điện thoại qua Internet, và cấp giấy phép hoạt động cho tư nhân trong lĩnh vực viễn thông, đã được đánh giá là một bước đột phá trong chương trình phát triển thị trường viễn thông của Ấ’n Độ. Ngành viễn thông Ấ’n Độ sẽ được chứng kiến hai cột mốc đáng chú ý trong tháng 2 này; đó là việc tư nhân hóa công ty điện thoại đường dài quốc tế thuộc sở hữu nhà nước, và cho phép công ty điện thoại tư nhân Bharti Tele-Ventures được niêm yết trên thị trường chứng khoán. Sau khi có quyết định cho phép tư nhân hoạt động, các Telcos lập tức vấp phải cạnh tranh gay gắt của một số công ty tư nhân được nước ngoài hỗ trợ. Kết quả là giá cước điện thoại đã giảm đáng kể. Các nhà phân tích dự đoán rằng tới năm 2005 cước phí điện thoại đường dài ở ẤIn Độ sẽ giảm tới trên 50%, và 8,5% dân số sẽ có điện thoại so với 3,5% hiện nay.

Theo cựu chuyên gia kinh tế của Ngân hàng Thế giới, Surjit Bhalla, số khách thuê bao điện thoại gia tăng sẽ góp phần đẩy nhanh tăng trưởng kinh tế. Với Ấ’n Độ thì cứ 10 triệu khách thuê bao mới sẽ góp phần làm GDP của nước này tăng thêm hàng năm 0,5%. Do cơ sở hạ tầng yếu kém nên điện thoại giá rẻ sẽ là nhân tố đem lại hiệu quả lớn cho các hoạt động kinh doanh tại Ấ’n Độ. Giới doanh nghiệp Ấ’n Độ hy vọng rằng những hiệu quả của việc xóa bỏ độc quyền về viễn thông sẽ kích thích chính phủ nhanh chóng mở cửa các lĩnh vực kinh tế khác do nhà nước kiểm soát, nhất là những lĩnh vực còn yếu kém như giao thông đường bộ, hàng không, và năng lượng.

Thị trường viễn thông Ấn Độ mở cửa sẽ có lợi cho cả các nhà sản xuất thiết bị viễn thông toàn cầu. Theo dự tính hiện nay thị trường điện thoại mỗi năm sẽ có thêm 10 triệu khách thuê bao. Vì vậy, Chính phủ Ấn Độ cũng đã thông qua kế hoạch đầu tư 20 tỷ USD cho ngành viễn thông trong kế hoạch 5 năm tới năm 2005. Lucent Techonologies Inc., công ty đang cung cấp thiết bị chuyển mạch và hệ thống điều khiển cho một số Telcos của Ấn Độ, đang rất hy vọng vào chương trình này và coi thị trường Ấn Độ là ưu tiên hàng đầu của hãng. Qualcomm Inc cũng đã đầu tư 200 triệu USD mua cổ phiếu của công ty quốc doanh Reliance Communication Ltd. Tới đây, Ấn Độ sẽ tư nhân hóa một số công ty điện thoại đường dài và Internet. Hàng loạt các công ty viễn thông hàng đầu trên thế giới đang nhăm nhe nhảy vào tranh phần. Thị trường viễn thông xem ra còn hấp dẫn hơn cả phần mềm máy tính Ấn Độ.

Trung Quốc: Đẩy nhanh cải tổ công nghiệp viễn thông



Sau khi chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới, Trung Quốc bắt tay vào thực hiện kế hoạch mở cửa từng bước thị trường viễn thông và cải tổ ngành công nghiệp đang phát triển nhanh chóng này của mình.

Trọng tâm kế hoạch cải tổ ngành công nghiệp viễn thông của Trung Quốc trước hết đặt kế hoạch củng cố vai trò và khả năng cạnh tranh của 4 công ty quốc doanh trên thị trường dịch vụ thông tin cố định và di động trong vòng 2 năm.

Người phát ngôn Bộ Công nghiệp Thông tin Trung Quốc cho biết, hai hãng cung cấp dịch vụ điện thoại di động khổng lồ là China Mobile và China Unicom và hai hãng cung cấp dịch vụ điện thoại cố định lớn nhất của Trung Quốc là China Telecom và China Netcom, sẽ hợp tác cung cấp dữ liệu và các dịch vụ cơ bản khác. Như vậy, hai hãng sau ra đời cuối năm ngoái do phân chia hãng mẹ China Telecom, sẽ được cấp giấy phép hoạt động trên cả lĩnh vực điện thoại di động, để tham gia cạnh tranh trên thị trường điện thoại di động lớn nhất thế giới với khoảng 140 triệu khách thuê bao hiện nay.

Ông Ngô Cơ Truyền, Bộ trưởng Bộ Công nghiệp Thông tin Trung Quốc nói rằng, 4 nhà cung cấp dịch vụ sẽ mở đầu cho cuộc cạnh tranh trên thị trường viễn thông Trung Quốc. Khách hàng sẽ được hưởng các dịch vụ chất lượng cao hơn với giá rẻ hơn. Điều này chắc chắn sẽ mở ra những triển vọng phát triển mạnh hơn cho ngành viễn thông Trung Quốc trong những năm tới.

Nhìn trước thị trường xe máy Trung Quốc: Ngôi vị «độc tôn" từng bước bị lung lay



Với sản lượng trên 11 triệu xe máy thuộc hàng nghìn loại khác nhau, hiện nay Trung Quốc là quốc gia sản xuất xe máy lớn nhất trên thế giới. Tuy nhiên nếu không cải tổ thì ngành công nghiệp xe máy Trung Quốc sẽ không chỉ mất ngôi vị này mà thậm chí còn phải đối mặt với nguy cơ bị dồn vào chân tường.

Để phục vụ cho quân đội, năm 1950 chính phủ Trung Quốc đã thực hiện chủ trương tự sản xuất xe máy. Năm 1951 năm chiếc xe máy đầu tiên dựa theo kiểu xe Zundap K500 của Đức ra đời. Kể từ đó ngành cơ khí Trung Quốc bắt đầu sản xuất xe máy đại trà. Tuy nhiên, đến năm 1980 Trung Quốc vẫn chỉ có 24 doanh nghiệp sản xuất xe máy với tổng sản lượng chưa đầy 50.000 chiếc.

Nguyên nhân dẫn đến khủng hoảng thừa

Từ năm 1981 trở đi, ngành công nghiệp sản xuất xe máy Trung Quốc thực sự phát triển mạnh và bùng nổ vào đầu những năm 90. Trong suốt 5 năm kể từ 1991, tốc độ phát triển hàng năm của ngành công nghiệp xe máy Trung Quốc ít nhất là 50%. Đến năm 1993, Trung Quốc sản xuất được 3,35 triệu chiếc vượt qua Nhật Bản trở thành nhà sản xuất xe máy lớn nhất trên thế giới và đến nay vẫn giữ nguyên vị trí này.

Tuy nhiên, việc đầu tư ồ ạt và thiếu tính toán trong một thời gian ngắn đã đẩy ngành sản xuất xe máy Trung Quốc vào khủng hoảng. Mặc dù tốc độ tăng trưởng đã bắt đầu chững lại từ năm 1996 và thậm chí có lúc tụt xuống tăng trưởng âm, nhưng ngành công nghiệp xe máy Trung Quốc vẫn không tránh khỏi tình trạng cung vượt cầu. Hiện nay, tổng công suất ước đã lên tới khoảng 15 triệu chiếc. Trong khi đó, dự tính nhu cầu trong nước mãi đến năm 2005 mới có thể lên tới 13 triệu.

Phần lớn các doanh nghiệp sản xuất xe máy Trung Quốc đều là thuế tiêu thụ đặc biệt càng làm cho lợi nhuận sụt giảm và không khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư.

Khó khăn không chỉ xuất hiện từ phía cung mà còn có cả ở phía cầu. Bên cạnh tiền mua và đăng ký xe, người dân Trung Quốc còn phải đóng thêm các khoản phí về kiểm định hàng năm, phí trật tự an toàn giao thông, phí duy tu bảo dưỡng đường, quĩ xây dựng. Tất cả những chi phí này làm cho việc sử dụng xe máy ngày càng tốn kém. Trong khi đó, ngày

càng nhiều thành phố ở Trung Quốc thực hiện chủ trương cấm hoặc hạn chế xe máy nhằm giải quyết nạn ùn tắc giao thông và bảo vệ môi trường. Cho đến cuối năm 2001 có khoảng 70 địa phương thực hiện chủ trương này.



Trước những khó khăn trên, các nhà sản xuất đã đua nhau giảm giá để tiêu thụ sản phẩm. Tính riêng trong hai năm 2000 -2001, mỗi năm giá bán giảm bình quân 10%. Tuy vậy, việc đua nhau giảm giá bán đã gây nhiều thiệt hại nặng nề cho các nhà sản xuất Theo tính toán của các chuyên giá kinh tế, nếu nộp đủ thuế cho Nhà nước, các nhà sản xuất xe máy Trung Quốc sẽ lỗ khoảng 4,8 USD trên một đầu xe. Trước tình hình này đã có cảnh báo rằng nếu không thực hiện cải tổ thì ngành công nghiệp xe máy Trung Quốc sẽ tự diệt vong trong 10 năm tới.

Đầu tư vào công nghệ và hướng về xuất khẩu

Chiếu theo cam kết về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ sau khi gia nhập WTO các nhà sản xuất xe máy Trung Quốc phải dừng ngay việc ăn cắp mẫu mã của các hãng nước ngoài và nhanh chóng đầu tư vào phát triển công nghệ và sản phẩm của riêng mình. Nếu xét về sản lượng thì Trung Quốc là nhà sản xuất xe máy lớn nhất trên thế giới nhưng nếu xét về khả năng phát triển sản phẩm thì các công ty Trung Quốc kém xa các đối thủ nước ngoài.

Trước những khó khăn của thị trường trong nước, các chuyên gia kinh tế cũng cho rằng ngành công nghiệp sản xuất xe máy Trung Quốc cần phải nhanh chóng chuyển sang chiến lược phát triển dựa vào xuất khẩu. Trung Quốc đã xuất khẩu xe máy từ nhiều năm nay. Cho đến thời điểm hiện nay xe máy Trung Quốc đã có mặt lên 121 nước, tuy phần lớn các thị trường đều còn rất nhỏ. Cho đến năm 1998, Trung Quốc xuất khẩu chỉ đạt 40.000 chiếc. chiếm chưa đầy 0,5% tổng sản lượng. Tuy nhiên, sang năm 1999, sau khi thị trường Việt Nam mở cửa thì xuất khẩu đã tăng đột biến lên trên sáu lần. Năm 2000 thậm chí còn tăng với tốc độ lớn hơn. Năm 2001 xuất khẩu vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng cao và dự tính năm nay vẫn còn tiếp tục tăng nữa.

Thị trường Việt Nam hay là bàn đạp

Hiện nay, Việt Nam là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của xe máy, chiếm trên 50% tiếp theo đó là Indonesia với khoảng 20%. Ông Trương Khánh, trưởng đại diện Công ty Loncin, một trong những công ty xe máy Trung Quốc đầu tiên vào Việt Nam cho biết: hiện nay có tới một nửa số động cơ xe máy do Loncin sản xuất được bán sang Việt Nam. Năm 2000, Công ty đã xuất sang Việt Nam 700.000 động cơ và thu về 100 triệu USD. Năm 2001 lượng hàng bán sang Việt Nam thậm chí còn tăng lên 950.000 chiếc.

Ông Khánh cho rằng nhu cầu của người tiêu dùng Việt Nam còn rất lớn và hy vọng Việt Nam không chỉ là một thị trường quan trọng hàng đầu của Loncin mà còn trở thành bàn đạp cho công ty vươn tới các thị trường khác trong khu vực. Các nhà sản xuất khác

TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG



cũng đang xúc tiến tăng cường đầu tư cho phát triển sản phẩm mới, đặc biệt là các loại xe ít gây ô nhiễm cho môi trường hơn. ông He Shibin, Chủ tịch tập đoàn Jialing - nhà sản xuất xe máy số 1 của Trung Quốc, cho biết: trong năm năm tới, Jialing sẽ tăng tỉ trọng xuất khẩu lên tới 1/3, chủ yếu thông qua việc phát triển các sản phẩm mới và sản xuất ở nước ngoài.

Về mặt chính sách, Chính phủ Trung Quốc cũng đang tạo điều kiện, khuyến khích các công ty trong nước thiết lập các liên doanh ở nước ngoài, qua đó nâng cao thị phần trên trường quốc tế. Bên cạnh đó, Chính phủ Trung Quốc cũng đã bắt đầu tăng cường quản lý xuất khẩu xe máy. Hiện nay các công ty muốn xuất khẩu đều phải tham gia đấu thầu. Theo Nhật báo Trung Quốc ra ngày 4/1/2002, sau vòng đấu thầu đầu tiên, số công ty được phép xuất khẩu sang Việt Nam và Indonesia đã giảm từ 200 xuống còn 30 công ty. Tờ báo này trích lời ông Bang Zhensheng, một quan chức của Hội đồng xuất nhập khẩu máy móc và các sản phẩm điện Trung Quốc - đơn vị quản lý việc đấu thầu nói rằng việc tổ chức đấu thầu nhằm mục đích chuẩn hoá thị trường và khuyến khích các nhà sản xuất tìm kiếm thị trường mới.

Kế hoạch phát triển 5 năm (2001 -2005) của ngành xe máy Trung Quốc đặt ra chỉ tiêu đưa tỉ trọng xuất khẩu lên từ 10% đến 20% và thu về một lượng ngoại tệ tương đương 800 triệu USD. Về mặt phát triển sản phẩm, vào cuối kỳ kế hoạch các nhà sản xuất lớn phải có đủ năng lực phát triển sản phẩm của riêng mình. Các sản phẩm đứng đầu phải đạt trình độ tiên tiến quốc tế của thời kỳ giữa thập niên 90, trong khi các sản phẩm mới phải đạt mức độ tiên tiến quốc tế của thời kỳ cuối thập niên 90 và một vài sản phẩm phải đạt được trình độ tiên tiến của thời điểm đó. Để đạt được những mục tiêu này, rõ ràng ngành công nghiệp xe máy Trung Quốc còn rất nhiều việc phải làm.

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly
Số 19 ngày 06/03/2002

KINH NGHIỆM TÌM ĐỐI TÁC Ở NƯỚC NGOÀI

Vì một vài lý do, trong đó có lý do Mỹ là một trong những thị trường lớn nhất và béo bở nhất thế giới, các công ty nước ngoài luôn tìm cách giành được một chỗ đứng tại đây, sau đó mới mở rộng sang các thị trường khác.



Trong khi đó, nhiều công ty của Mỹ cũng đang vắt óc tính toán xem liệu sẽ tăng cường hoạt động và bán hàng ra thế giới bằng cách nào và tới mức nào để chắc thắng. Chỉ có một địa chỉ Internet thôi thì chưa đủ, các công ty thường đứng trước các sự lựa chọn: Lập đại diện tại các thị trường chủ chốt; Thâu tóm một công ty đối thủ nhỏ hơn; và Thiết lập quan hệ với một nhà phân phối ở địa phương.

Thời gian qua người Mỹ đã chứng kiến nhiều công ty của châu Âu và châu A’ thất bại tại thị trường Mỹ, do các công ty này đã tạo ra một văn phòng theo kiểu của họ, cử nhân viên của chính họ và đưa ra các chương trình và hoạt động mà đã thành công tại nước nhà. Thay vì có doanh thu tăng mạnh, họ đã thất vọng tràn trề.

Thực tế việc phân phối ra quốc tế đúng là một biện pháp hiệu quả để tăng doanh thu. Nhưng công việc không chỉ đơn giản là ký hợp đồng với các nhà phân phối tại mỗi nước. Những công ty từng tìm cách áp đặt các đối tác Mỹ theo các chính sách, chương trình và hoạt động của họ đã hoàn toàn thất bại.

Thành lập đối tác phân phối



Nếu như bạn có ý định thiết lập một quan hệ đối tác chiến lược, điều cực kỳ quan trọng là phải đảm bảo rằng các mô hình quản lý của hai bên tương thích và phối hợp nhịp nhàng, và tạo điều kiện cho các mối quan hệ cá nhân phát triển. Cần hiểu rõ hoạt động của các nhà phân phối tại các nước khác nhau. Bởi, các nhà phân phối tại các nước khác nhau, các vùng khác nhau và thành phố khác nhau, thì cũng khác nhau, trừ phi các nước, vùng lãnh thổ có sự tương đồng về bản chất dân tộc.

Tại hầu hết các thị trường lớn thế giới, các nhà phân phối không chỉ đóng vai trò quan trọng cho việc bán và phân phối hàng hóa, mà còn quan trọng trong công tác marketing và yểm trợ. Họ có thể lưu trữ hàng hóa, có danh sách các đối tác cấp chính phủ và công ty, cũng như những kiến thức sâu rộng về các thị trường mục tiêu. Họ có

thời gian và ngân sách đáng kể trong việc đào tạo và bồi dưỡng các chuyên gia về kỹ thuật, đào tạo và yểm trợ.

Mặc dù Internet đang xóa nhòa biên giới giữa các quốc gia, tạo ra một nền kinh tế toàn cầu và một thị trường toàn cầu, nhiều công ty chế tạo của Mỹ vẫn thất bại tại các thị trường nước ngoài. Họ thất bại vì không hiểu mỗi thị trường có những đặc điểm và đòi hỏi khác biệt gì, và những khác biệt này tác động tới kiểu dáng, hình ảnh, doanh số và công dụng của các sản phẩm của họ như thế nào. Thay vào đó, họ đã lao đi tìm các đối tác phân phối, rồi cắt hợp đồng, rồi lại tìm đối tác mới, giống như những gì họ thường làm ở Mỹ. Quá trình thử nghiệm-thất bại này đang cản trở các công ty đến với thành công trong tiêu thụ sản phẩm, và trong một vài trường hợp còn gây ra những rắc rối về marketing và tài chính.

Trong khi đó, các công ty tiến hành quá trình chọn lựa một cách kỹ lưỡng, tổ chức các chương trình yểm trợ và đào tạo tích cực, đồng thời liên tục theo sõi các đối tác nước ngoài, đã tăng được doanh thu và lợi nhuận.

Những điểm cần chú ý



Khi chọn lựa đối tác phân phối ở nước ngoài, do khoảng cách địa lý cũng như những rào cản ngôn ngữ và thuế quan, các công ty cần từ bỏ một phần quyền hạn của mình trong marketing và bán hàng cho đối tác phân phối địa phương. Do vậy, điều quan trọng là phải đảm bảo cung cách quản lý của hai bên thích hợp và cùng tồn tại.

Công ty cũng nên đảm bảo bằng tài liệu các mối quan hệ thị trường của đối tác, phòng trường hợp đối tác tiêu thụ không nắm được các thị trường mục tiêu hoặc không có các mối quan hệ chặt chẽ tại các thị trường này. Nhà quản lý cần ghi nhớ một trong những điểm then chốt mà công ty đang phải bỏ tiền ra mua, đó là khả năng của nhà phân phối đưa sản phẩm của công ty tiếp cận thị trường một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Ngoài ra, cần đảm bảo lực lượng bán hàng của đối tác có các chuyên gia vững tay nghề và có khả năng chăm sóc khách hàng tốt. Trong bối cảnh lợi nhuận giảm sút hiện nay, sẽ là không kinh tế nếu cử các chuyên gia của mình đi lại qua các nước bằng máy bay.

Dù muốn hay không thì nhà phân phối vẫn sẽ là công ty của nước sở tại. Nếu công ty không mong muốn giao phó thời gian, tiền bạc và nỗ lực cần thiết để giúp đỡ các nhà phân phối tiêu thụ thành công sản phẩm và dịch vụ của công ty, thì thà rằng giám đốc tập trung chăm lo tại “sân nhà” còn hơn là mất công trông chờ vào mảnh đất màu mỡ nào khác. Thà *được coi là giỏi trong nhà, còn hơn là bị coi là ngốc ở bên ngoài.*

TIN TỨC CHỨNG KHOÁN

1. Sacom thông báo họp Đại hội cổ đông



Ngày 20/02, TTGDCK TP.HCM đã có Thông báo số 35/TTGD-NY về việc ngày 12/03, Sacom sẽ tổ chức ĐHCĐ thường niên năm 2001 tại TP. HCM. Những cổ đông sở hữu 0,5% vốn điều lệ Sacom sẽ được tham gia ĐHCĐ. Nếu những cổ đông không nắm giữ đủ số CP cần thiết thì phải tự nhóm lại để cử đại diện tham gia Đại hội.

Những cổ đông không thể đến dự Đại hội được phép uỷ quyền bằng văn bản cho người khác đại diện dự họp ĐHCĐ, việc uỷ quyền chỉ được thực hiện từng lần, người được uỷ quyền không được uỷ quyền cho người thứ ba.

Trường hợp các cổ đông sở hữu dưới 0,5% số CP, nếu không uỷ quyền thì có thể gửi ý kiến của mình đến Đại hội bằng văn bản trước ngày 12/03/2002.

2. CTCP Tơ tằm A' Châu đạt doanh thu hơn 123 tỷ đồng

Ngày 17/02 tại Bảo Lộc (Lâm Đồng), CTCP Tơ tằm A' Châu (ASC) đã tổ chức ĐHCĐ thường niên 2001. Đại hội đã báo cáo kết quả SXKD năm 2001, đề ra các chỉ tiêu kế hoạch năm 2002 và các năm tiếp theo (từ 2002-2005).

Năm 2001 vừa qua, ASC đạt tổng doanh thu 123,33 tỷ đồng, trong đó XK đạt 122,11 tỷ, lợi nhuận sau thuế đạt 8,5 tỷ. Dự kiến tổng doanh thu năm 2002 đạt 125 tỷ, lợi nhuận ước đạt 8,66 tỷ. Năm 2001, lợi nhuận sau khi trừ thuế và lợi tức tạm ứng cho cổ đông còn lại 2,96 tỷ. Sau khi trích lập các quỹ cần thiết theo luật định, còn 1,5 tỷ lợi nhuận chưa phân phối, thống nhất chia 1,5 tỷ này cho các cổ đông. Như vậy cổ tức 6 tháng cuối năm 2001 của ASC khi vốn điều lệ tăng lên 50 tỷ là 11%.

Phương hướng KD 2002-2005: Xây dựng nhà máy se tơ số 2 và di chuyển máy móc từ nhày máy se tơ số 1 sang nhà máy số 2; xây dựng nhà ở cho công nhân; hoàn tất hồ sơ niêm yết CP của công ty để tham gia giao dịch trên TTCK tập trung; tiếp tục đàm phán ký kết HĐ liên doanh với TCT dâu tằm tơ Quảng Đông - TQ về việc thành lập nhà máy SX trứng tằm ở Lâm Đồng; đàm phán với Công ty N.I.TEJIN (Nhật) về việc thành lập liên doanh may Kimono XK sang Nhật; đàm phán với hãng thời trang CARERA (Italy) thành lập liên doanh SX sợi cotton, dệt may quần, áo Jean...

3. 2002-2004 Canfooco sẽ tập trung đầu tư với tổng giá trị đạt 9,7 tỷ đồng



ĐHCĐ lần thứ 2 của CTCP đồ hộp Hạ Long diễn ra ngày 23/02. Tổng doanh thu năm 2001 là 182 tỷ đồng, trong đó doanh thu bán sản phẩm XK đạt 4,15%, doanh thu bán sản phẩm nội địa chiếm 11,44%, doanh thu KD hàng hoá XK chiếm 84,41%. Lợi nhuận sau thuế đạt trên 8,473 tỷ, trong đó lợi nhuận từ hoạt động tài chính là hơn 2,609 tỷ.

Trong 3 năm tới, Công ty đặt mục tiêu phát triển mạnh mẽ về chất cũng như về lượng, đưa Canfooco trở thành công ty SX

chế biến thực phẩm hàng đầu của VN; cơ giới hoá, tự động hoá toàn bộ quá trình SX; tăng mức thu nhập của người lao động lên gấp 1,8 lần so với mức thu nhập 1,5 triệu/ người/tháng như hiện nay. Từ 2002-2005 tiến hành đầu tư đổi mới trang thiết bị, mở rộng SX với tổng chi phí dự kiến là 9,7 tỷ đồng, trong đo đầu tư cho thiết bị là 6,6 tỷ đồng. Nguồn vốn đầu tư sẽ được trích từ nguồn khấu hao hàng năm và các quỹ phát triển SX - nghiên cứu khoa học.

4. Hapaco hoàn thành việc phát hành thêm 1 triệu CP

CTCP giấy Hải Phòng (Hapaco) vừa hoàn thành việc phát hành thêm 1 triệu CP vào TTCK tập trung. Các cổ đông của công ty đã mua hơn 90% số CP mới phát hành, tạo thêm nguồn vốn để nâng cấp công nghệ, mở rộng SX và tiêu thụ sản phẩm của công ty.

5. Kế hoạch hoạt động KD của Transimex Saigon



Năm 2002, Tms dự kiến đạt doanh thu thuần KD là 73,4 tỷ đồng. Tổng lợi nhuận trước thuế 10,1 tỷ đồng, trong đó lợi nhuận từ KD là 9,6 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế thu từ công ty liên doanh là 500 triệu. Thuế TNDN được miễn, dự kiến bổ sung vào vốn CP là 2,4 tỷ. Lợi nhuận sau thuế đạt 7,7 tỷ và dự kiến mức cổ tức/vốn điều lệ là 18%

Tms cũng tăng cường đầu tư xây dựng cơ bản cho giai đoạn 2002 - 2005: tiếp tục hoàn thiện Dự án bến sà lan 1.000 DWT để mở rộng quy mô hoạt động ICD, phát triển KD, nâng cao năng lực cạnh tranh và vị thế trên thị trường trong và ngoài nước; đổi mới trang thiết bị, máy móc chuyên dùng cho việc xếp dỡ, vận chuyển container, đồng thời đầu tư cải tạo, nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật: kho - bãi - bến cảng sà lan đủ tiêu chuẩn quốc tế; đầu tư phương thức quản lý KD bằng hệ thống tin học nối mạng, tự động hóa toàn bộ hoạt động từ nghiệp vụ đến kết quả KD. Từng bước phát triển thương mại điện tử, nhận yêu cầu cung cấp dịch vụ của khách hàng qua mạng Internet.

Dự kiến các hạng mục đầu tư và nhu cầu vốn:

- Đầu tư xây dựng 50m bến sà lan giai đoạn 2: vốn 5.212.905.000 đồng; Dự kiến: Vốn tự có từ ưu đãi đầu tư và quỹ khấu hao cơ bản năm 2001.
- Trang bị 03 cẩu cần trục cố định trên bến sà lan: vốn 14.376.533.000 đồng; Dự kiến: vay tín dụng ngân hàng hoặc huy động từ các nhà đầu tư qua TTCK. Thực hiện quý I/2002.
- Trang bị 02 xe nâng conts rỗng xếp cao 6 tầng: vốn 2.900.000.000 đồng. Dự kiến: Vốn tự có và quỹ năm 2002 hoặc vay tín dụng ngân hàng.
- Xây dựng mới văn phòng chi nhánh tại Đà Nẵng: vốn 372.000.000 đồng. Dự kiến: Vốn tự có và quỹ năm 2002.
- Sửa chữa, cải tạo nâng cấp nền kho, bãi và một số phương tiện quản lý KD: vốn 1.890.000.000 đồng; Dự kiến: Vốn tự có và quỹ năm 2002.
- Xây dựng mới nhà kho CFS 4.000 m2: vốn 2.600.000.000 đồng. Dự kiến: Vốn tự có và quỹ năm 2003-2004.

TIN TỨC CHỨNG KHOÁN

6. Chuẩn hoá việc công bố thông tin của tổ chức niêm yết



TTGDCK TP. HCM đã ban hành công văn số 05/TTGD-NY về việc hướng dẫn thực hiện công bố thông tin của các tổ chức niêm yết tại TTGDCK TP. HCM nhằm chuẩn hoá thông tin từ các tổ chức niêm yết công bố ra thị trường.

TTGDCK yêu cầu các tổ chức niêm yết phải có nhân viên đảm trách việc công bố thông tin, lập quy trình công bố thông tin nội bộ; qui định một số hành vi không được vi phạm trong quá trình thực hiện công bố thông tin; nghĩa vụ công bố thông tin của công ty niêm yết theo định kỳ, tức thời, theo yêu cầu; quy định các trường hợp sửa đổi thông tin, tạm hoãn hoặc không công bố thông tin và các mẫu công bố thông tin để thống nhất trong việc công bố thông tin thị trường.

TTGDCK còn yêu cầu các tổ chức niêm yết hàng năm phải lập báo cáo tổng hợp, ban hành ấn phẩm thường niên và đăng bản công bố thông tin tóm tắt trên các phương tiện thông tin đại chúng.

7. Gilimex tạm chia cổ tức năm 2001 với tỷ lệ 27,5%/năm

Theo Công ty SXKD và XNK Bình Thạnh (Gilimex), Hội đồng quản trị Công ty vừa quyết định tạm ứng cổ tức trong năm 2001 là 27,5%/năm cho cổ đông. Mức chia cổ tức chính thức của Công ty sẽ được ĐHCĐ biểu quyết trong ĐHCĐ Công ty vào ngày 17/3/2002.

Năm 2001, thu nhập trước thuế của Công ty là 12.582.098.525 đồng (chưa kiểm toán). Đây đồng thời cũng là mức lợi nhuận sau thuế của Gilimex do năm 2001, Công ty được miễn 100% thuế thu nhập doanh nghiệp.

8. Kết quả hoạt động KD năm 2001 của CTCP cơ khí Bình Triệu

Vừa qua, CTCP cơ khí Bình Triệu (BTC) đã công bố kết quả hoạt động KD năm 2001. Tổng doanh thu đạt được trên 41.841.589.429 đồng. Lợi nhuận thuần từ hoạt động KD đạt 1.728.303.937 tỷ đồng, lợi nhuận thuần từ hoạt động tài chính đạt hơn 117.861.581 đồng. Tổng lợi nhuận trước thuế đạt trên 2.102.066.188 đồng. Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp 262.758.274 đồng. Lợi nhuận sau thuế đạt 1.839.307.914 đồng.

9. Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam sắp mở CTCK



NHNT Việt Nam cho biết, sẽ mở CTCK trong quí II năm nay vì cho rằng, TTCK đang có những biến chuyển tốt. Bà Nguyễn Thu Hà, Phó Tổng Giám đốc NHNT cho biết “Chúng tôi mở CTCK trong thời điểm này vì chúng tôi đánh giá TTCK sẽ phát triển mạnh trong thời gian tới”.

Theo bà Hàm hồ sơ mở công ty đang được UBCKNN xem xét và có lẽ đến tháng 04/2002, CTCK sẽ ra đời. Vốn điều lệ của công ty sẽ là 60 tỷ đồng, có trụ sở giao dịch tại Hà Nội và TP. HCM.

TIN TỨC CHỨNG KHOÁN

10. Tạm ngừng giao dịch CP Hap



Theo TTGDCK TP.HCM, ngày 27/2, CTCP Giấy Hải Phòng (Hapaco) đã tổ chức phiên họp bất thường liên quan đến đợt phát hành 1 triệu CP mới của Công ty.

HĐQT Hapaco đã quyết định đề nghị UBCKNN và TTGDCK TP.HCM cho phép được ngừng giao dịch CP Hap từ 01/03 - 06/03 (ngày đăng ký cuối cùng nộp tiền mua CP Hap). Ngoài ra, HĐQT Hapaco cũng quyết định thưởng 20% giá CP phát hành cho tất cả các nhà đầu tư đã có thành tích đăng ký mua CP Hap góp phần vào sự thành công của đợt phát hành CP mới giai đoạn 1. Số tiền thưởng này được trừ vào 90% số tiền phải nộp còn lại (có nghĩa các nhà đầu tư chỉ còn phải nộp 70% giá trị CP đã đăng ký mua). Nếu nhà đầu tư nào không nộp 70% còn lại sẽ không được hoàn trả tiền đặt cọc và số CP đó sẽ được phân phối cho các đối tác chiến lược.

11. ACBS trả lời khách hàng về việc thu phí tài liệu về tổ chức niêm yết

Sau khi nhận được ý kiến phản ánh của ông Huỳnh Minh Hải về việc CTCK ACBS thu 15.000 đ/tập bản "Báo cáo thường niên năm 2001" của Transimex Saigon, ACBS đã có văn bản giải thích chính thức như sau:

Do bản cáo bạch của các công ty niêm yết gửi ACBS có số lượng rất hạn chế nên khi hết các bản chính, một số khách hàng đã đề nghị chúng tôi photocopy hộ và họ sẽ gửi lại cho phí photocopy là 15.000 đ/cuốn.

Vào phiên GD đầu năm, do nhân viên hành chính chuyên trách đi nghỉ phép mà không có sự bàn giao chặt chẽ nên anh Nguyễn Châu (Trưởng phòng lưu ký - người trực tiếp thu tiền của ông Hải), người tạm thay thế nhân viên này đã nhầm lẫn nghĩ rằng, phải thu 15.000 đ/cuốn từ khách hàng muốn nhận báo cáo của Transimex thay vì chỉ thu từ những khách hàng muốn nhận bản photocopy.

Sau khi tìm hiểu rõ sự việc, ACBS đã có lời xin lỗi chính thức đến quí khách hàng và hoàn trả lại các khoản thu không hợp lý trong vụ việc lần này. Đồng thời ACBS đã họp kiểm điểm nghiêm khắc những cá nhân sai phạm, cũng như xem lại phương thức quản lý để phục vụ khách hàng được tốt hơn.

12. Đấu thầu nâng cấp TTGDCK



Theo ông Trần Đắc Sinh, Giám đốc TTGDCK TP. HCM dự án nâng cấp khu nhà A thuộc TTGDCK sẽ chính thức được đưa ra đấu thầu trong tháng 03 này bao gồm ác hạng mục: sửa sang khu nhà A (trụ sở của Sở Thương mại TP. HCM cũ); lắp đặt thiết bị hệ thống GD. Riêng hệ thống GD, sẽ tổ chức đấu thầu tư vấn quốc tế hệ thống tin học (bao gồm cả phần cứng và phần mềm). Tổng kinh phí cho dự án này là 15 triệu USD.

Dự kiến, sau khi hoàn tất việc sửa chữa và nâng cấp, khu nhà A này sẽ chính thức được đưa vào hoạt động vào đầu năm 2004. Hệ thống GD mới này sẽ đáp ứng được việc tổ chức GD và quản lý cho trên 300.000 tài

khoản, khoảng từ 30-50 CTCK và hàng ngàn tổ chức niêm yết. Hiện nay, hoạt động GD của TTGDCK được tổ chức và quản lý ở khu nhà B.

13. Gilimex mở rộng đầu tư vào lĩnh vực địa ốc



Nhằm mục đích đa dạng ngành nghề đầu tư, CTCP SXKD và XNK Bình Thạnh (Gilimex) đã ký hợp đồng với Công ty Fimexco để mua 30 nền nhà với tổng diện tích 11.010 m2 nằm trong khu dự án được Thủ tướng Chính phủ giao đất để xây dựng hạ tầng kỹ thuật khu nền nhà tại quận Tân Bình TP. HCM.

Tổng giá trị của hợp đồng là 22 tỷ đồng, trong đó Công ty Gilimex đóng góp 10 tỷ, Công ty SXKD Dich vụ và Thương mại Kiến Thành góp 12 tỷ đồng. Gilimex vừa chi thêm 2,5 tỷ vào khu dân cư thương mại Bình Hoà để chi trả cho công tác bồi hoàn giải tỏa, nâng tổng số vốn góp của Công ty vào dự án này tính đến nay là 3,11 tỷ. Nguồn vốn đang sử dụng vào hai dự án trên vay từ Ngân hàng Công thương, chi nhánh 7 TP. HCM.

Ngoài ra, Gilimex cũng dự kiến đầu tư 12 tỷ để xây dựng một bệnh viện tư nhân đa khoa tại địa điểm 24 C Phan Đăng Lưu - Quận Bình Thạnh, TP. HCM. Dự kiến bệnh viện này sẽ được khởi công xây dựng trong năm nay và hoàn tất vào năm 2004.

14. UBCKNN trả lời về việc giảm giá phát hành CP Hap

Ngày 28/02 bà Vũ Thị Kim Liên, Vụ trưởng Vụ quản lý phát hành thuộc UBCKNN đã ký Công văn số 70/UBCK-QLPH để trả lời Công ty Hapaco về Công văn số 16CV/CK-HAP ngày 27/02. Theo đó, về việc giảm giá phát hành CP Hap, UBCKNN đã có ý kiến như sau: “Việc thưởng 20% giá CP phát hành cho tất cả các nhà đầu tư thuộc quyền quyết định của Công ty. Tuy nhiên, biện pháp này có ảnh hưởng đến số vốn huy động từ đợt phát hành, Công ty cần giải trình nguồn vốn bổ sung thực hiện dự án đầu tư và các tài liệu liên quan, đồng thời phải công bố ra công chúng trước khi thực hiện theo qui định của pháp luật”

15. CTCP hợp tác kinh tế và XNK Savimex tổ chức họp ĐHCĐ thường niên



CTCP Savimex sẽ tiến hành ĐHCĐ thường niên năm 2002 tại Hội trường Khách sạn CONTINENTAL số 132-134 đường Đồng khởi, Q1, TP.HCM

Thời gian: 8h ngày 15/03

Nội dung: Báo cáo kết quả hoạt động SX-KD năm 2001; Báo cáo của Ban Kiểm soát; Phương hướng hoạt động SX-KD năm 2002; Báo cáo về việc sửa đổi bổ sung điều lệ

Thành phần tham dự: Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát, các cổ đông sở hữu 4.500 cổ phần trở lên tính đến ngày 31/12/2001

Các cổ đông sở hữu dưới 4.500 cổ phần thì ủy quyền hoặc nhận ủy quyền của các cổ đông khác sao cho tổng số cổ phần sở hữu và cổ phần được ủy quyền từ 4.500 cổ phần trở lên

Việc ủy quyền tham dự đại hội sẽ lập thành văn bản và gửi về công ty trước ngày 04/03/2002.

TIN TỨC CHỨNG KHOÁN

16. 06/03 đấu thầu TP Chính phủ đợt II/2002



Theo TTGDCK TP. HCM, ngày 6/3 tới, Trung tâm sẽ tổ chức đấu thầu TP Chính phủ đợt II/2002 với khối lượng gọi thầu là 200 tỷ đồng.

Hình thức đấu thầu kết hợp cạnh tranh lãi suất và không cạnh tranh lãi suất nhưng khối lượng TP đấu thầu không cạnh tranh lãi suất không vượt quá 30% tổng khối lượng TP gọi thầu. Nộp đơn đăng ký đấu thầu trước 13h00 ngày 6/3 tại TTGDCK TP.HCM.

TP loại này sẽ được phát hành vào 8/3/2002, thời hạn 5 năm, trả lãi định kỳ một năm một lần, không tính nhập gốc. TP được bán bằng mệnh giá, phát hành dưới hình thức ghi sổ hoặc chứng chỉ và được niêm yết tại TTGDCK TP.HCM.

17. Canfooco ký được nhiều hợp đồng XK lớn



Với chủ trương tiếp tục mở rộng thị trường tiêu thụ, đặc biệt là thị trường XK, ngay trong tháng đầu của quý I/2002, CTCP Đồ hộp Hạ Long (Canfooco) đã ký được các hợp đồng XK cá hộp lớn với các khách hàng tại thị trường EU. Các hợp đồng này được thực hiện từ nay cho đến tháng 10/2002 (đây cũng là thời điểm hết vụ cá của năm 2002). Khách hàng yêu cầu Công ty ký hợp đồng có số lượng lớn, tuy nhiên do tình hình nguyên liệu ở Việt Nam, trước mắt mỗi tháng công ty sẽ thực hiện xuất 5 container 20".

Ngoài ra, Công ty cũng đã xuất những tấn Agar đầu tiên sang thị trường mới là Ấn Độ ngay trong tháng 2/2002. Đây cũng là một triển vọng tốt cho việc sản xuất và XK sản phẩm này.

Những thông tin cập nhật về chứng khoán Việt Nam sẽ được chuyển tới quý bạn đọc ngay sau phiên giao dịch của thị trường chứng khoán tập trung vào buổi sáng các ngày thứ 2,4,6. Ngoài ra, VDC Media còn giúp bạn đọc có được những thông phân tích, nhìn nhận, đánh giá về thị trường chứng khoán còn non trẻ của Việt Nam. Mời các bạn đăng ký để nhận bản tin Newsletter «Chứng khoán" tại địa chỉ http://newsletter.vdc.com.vn

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly
Số 19 ngày 06/03/2002

THỊ TRƯỜNG ĐÃ SẮP XUỐNG ĐẾN ĐÁY?

Cho đến phiên GD 27/02/2001, chỉ số Vn-Index tiếp tục sụt giảm, chỉ còn 191,1 điểm. Sau 3 tháng liền rớt giá liên tục, giới phân tích cho rằng, không còn bao lâu nữa, tình hình thị trường sẽ có những biến động khả quan.



Theo đánh giá của ông Nguyễn Quang Bảo, Trưởng phòng Nghiệp vụ CTCK Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, thực tế hiện nay, nhiều nhà đầu tư đã muốn mua CP, nhưng trong tâm lý còn e ngại do giá CP trong mấy phiên vừa rồi vẫn liên tục giảm. Theo ông Bảo, hiện giờ nhiều nhà đầu tư giữ thái độ thăm dò, nhưng trong một thời gian ngắn nữa, cục diện thị trường sẽ thay đổi.

Cũng về vấn đề này, ông Trần Thiện Thể, Giám đốc CTCK Đệ Nhất đã phân tích cụ thể hơn khi cho rằng, với mức giá khoảng 25.000-27.000 đồng đối với các CP chủ đạo như Ree hoặc Sam..., trong khi cổ tức hàng năm đạt khoảng 16% thì việc mua vào hiện giờ là có thể chấp nhận được.

Giới phân tích bình luận, sự giảm giá CP sẽ không còn kéo dài được bao lâu nữa bởi rất nhiều lý do. Điểm đầu tiên như đánh giá ở trên là mức giá hiện tại đã rất sát với giá trị sinh lời có thể chấp nhận. Ngoài ra, đối với các nhà đầu tư thì một vấn đề hết sức quan trọng nữa cần nhìn nhận là nhu cầu tiềm năng của thị trường là rất khó dự đoán. Hiện tại trên thị trường, nhiều nhà đầu tư vẫn tỏ ra “án binh bất động” trong vai trò như một nhà quan sát.

Thế nhưng, đây lại chính là những đối tượng sẵn sàng tham gia mua CP khi họ cho rằng, thị trường đã xuống đến “đáy” tức thời điểm cần phải mua vào kịp thời. Việc đảo chiều của thị trường là điều gần như ai cũng có thể nhìn ra. Chỉ có điều là nó sẽ xảy ra vào lúc nào và quan trọng hơn là nó sẽ kéo dài được bao lâu.

Về điều này, hầu hết các ý kiến đều cho rằng, nếu như thị trường có phục hồi thì cũng không thể lên cao được nhie. Bởi vì với hơn 10 công ty niêm yết hiện nay thì lượng hàng cho thị trường đã khá cân đối so với nhu cầu. Cùng với nó, UBCKNN hiện vẫn đang tiếp tục nỗ lực để đưa thêm nhiều công ty nữa lên sàn.

Những doanh nghiệp như Gemadept, Savimex hoặc Agifish sẽ được lên sàn trong nay mai và sẽ ngăn cản xu hướng tăng giá. Theo ông Nguyễn Quang Bảo, tất cả những yếu tố đó có thể đưa ra phán đoán rằng, nếu thị trường có phục hồi trở lại thì xu hướng tăng giá mạnh như thường diễn ra trong các giai đoạn trước đây khó có thể xảy ra.

Elle kinh doanh gì tại châu A' ?

Khuyếch trương nhãn hiệu: Bí quyết giúp tạp chí thời trang của Pháp tại châu A' phát triển ổn định



Thường thì bạn phải bắt đầu kinh doanh trước khi khách hàng cần đến bạn. Nhưng trường hợp của Elle, tờ tạp chí dành cho phụ nữ lại hoàn toàn trái ngược: độc giả đã buộc tạp chí nhảy vào lĩnh vực mà họ chưa hề nghĩ tới.

Vào đầu những năm 80 của thế kỷ 20, tạp chí này đính kèm thêm những tặng phẩm đặc biệt vào tờ tạp chí này để lôi kéo những khách hàng mới. Điều này đôi khi mang lại hiệu quả hơn mức mong đợi. Mariane Guarnieri, nhà quản lý của Elle Licensing (công ty nhượng quyền Elle) ở châu A' cho biết " Phụ nữ bắt đầu gọi điện thoại để hỏi xem họ có thể mua mặt hàng miễn phí đó ở đâu. Họ nói rằng, họ đã đăng ký quá nhiều ấn bản chỉ để nhận được món quà miễn phí và tỏ ý muốn mua riêng mặt hàng miễn phí đó".

Trước tình hình đó, Elle đã thoả thuận với Itokin, một nhà sản xuất quần áo trong khu vực, để sản xuất áo sơ mi, túi và giày nhãn hiệu Elle với số lượng nhỏ cho những người có nhu cầu. Thương mại vẫn chỉ chiếm quy mô nhỏ và do các nhân viên của tạp chí Elle ở Nhật Bản điều hành một cách không chính thức cho tới cuối những năm 80. Nhưng khi thấy nhu cầu tăng vọt, công ty đã thiết lập bộ phận nhượng quyền riêng biệt. Nhãn hiệu Elle lần đầu tiên được ra mắt tại các nước khác trong khu vực vào năm 1991. Mô hình kinh doanh tại châu A' thành công tới mức nó hiện đang được áp dụng tại các thị trường truyền thống của mình như châu Âu và Mỹ.



Elle là nhãn hiệu được nhượng quyền phổ biến lớn thứ tư ở Nhật Bản. Nó đã bán được lượng hàng hoá trị giá 500 triệu USD/năm, chỉ sau những đại gia quốc tế như Louis Vuitton và Ralph Lauren. Tại các nước khác của châu A', người dân đã chi 450 triệu USD cho sản phẩm của Elle, đưa doanh thu toàn cầu lên gần 1 tỷ USD năm 2001. Bạn có thể mặc trang phục của Elle từ đầu tới chân, ngủ với chiếc chăn mang nhãn hiệu của Elle và uống cốc của Elle.

Việc tiếp thị một nhãn hiệu bằng cách gắn chúng với một sản phẩm đặc biệt và thậm chí mở rộng ra ở nhiều chủng loại sản phẩm khác được gọi là "mở rộng nhãn hiệu". Ralph Lauren là một trong những công ty đầu tiên làm việc này trong thập kỷ 80 bằng cách gắn tên của mình lên mọi sản phẩm từ những bộ quần áo buổi tối trị giá 5.000 USD tới những lọ nước hoa chỉ có giá 50 USD. Kể từ đó, nhiều nhãn hiệu thời trang khác cũng bắt đầu bắt chước: Đây cũng là lý do khiến bạn có thể mua thuốc lá hiệu YSL và đồng hồ Mont Blanc.



Tuy nhiên, không phải thời trang là ngành duy nhất có thể gắn nhãn hiệu sang các mặt hàng khác. Theo ông Simon Holt, giám đốc điều hành khu vực của công ty G2 (một công ty marketing chuyên nghiệp) thì sẽ ngày càng có nhiều nhãn hiệu đi theo xu hướng nay trong tương lai khi mà các sản phẩm đi theo hướng bán đại trà hơn. Ông nói "Các nhãn hiệu, thậm chí của những thứ như bột giặt và máy tính, đang ngày càng thể hiện rõ quan điểm của người sử dụng hơn và khi điều này xảy ra, các nhãn hiệu sẽ không chỉ gắn cố định với một sản phẩm mà có thể mở rộng dễ dàng sang các mặt hàng khác.

Theo lời của Jaime Prieto, Phó giám đốc phụ trách khách hàng quốc tế của Ogilvy & Mather (công ty tiếp thị nhãn hiệu trên thế giới) tại châu A' thì "Người châu A' rất yêu quý nhãn hiệu. Họ muốn thực sự "mặc" nhãn hiệu đó trên mình và sử dụng nó ở bất kỳ nơi nào".

Và Elle biết chính xác họ đang nhắm vào đối tượng nào. Ông Guarnieri nói "Nhãn hiệu của chúng tôi tập trung vào giới trẻ, vào phụ nữ làm việc ở công sở". Lý do này chiến lược mở rộng nhãn hiệu của Elle lại thành công. Việc mở rộng nhãn hiệu là rất rủi ro vì chúng khiến nhãn hiệu của công ty bị dàn trải tới mức mất đi bản sắc của mình và bị nhoà đi. Ông Prieto nói "Bạn phải hình thành một nhãn hiệu có bản sắc rất vững mạnh, đưa ra những giá trị cốt lõi của nhãn hiệu và thực sự định nghĩa về ý nghĩa của nhãn hiệu. Elle đã làm được điều đó đơn giản bằng câu nói " Nhãn hiệu Elle tượng trưng cho phụ nữ, thời trang, tuổi trẻ và sự sành điệu trên thế giới. Và tất cả những gì chúng tôi làm là nhằm vào mục tiêu nêu trên".

Elle, vốn vẫn tự coi mình là tạp chí hàng đầu, hiện thuộc quyền sở hữu của nhà xuất bản khổng lồ của Pháp là Hachette Filipacchi. Ra đời năm 1945, giờ đây Elle phát hành ấn bản tại 36 nước khác nhau, trong đó có Ấ'n Độ, Thái Lan và Hàn Quốc, và bán trên 60 triệu bản mỗi năm. Elle cũng là tạp chí thời trang quốc tế tháng đầu tiên xuất hiện tại Trung Quốc, ra mắt năm 1988 và có mặt tại hầu hết các nước trong khu vực.

Ông Guarnieri nói "Cho dù chúng tôi có phát triển lớn như thế nào thì chúng tôi vẫn chỉ là loại hình kinh doanh thứ yếu. Chúng tôi sẽ không bao giờ phát triển ngang với mức của tờ tạp chí. Đây là mục tiêu cốt lõi của chúng tôi và chúng tôi sẽ không bao giờ làm điều gì gây tổn hại mục tiêu đó. Do đó, bộ phận nhượng quyền phải chịu thua thiệt để bảo vệ khu vực xuất bản - họ chỉ thâm nhập vào một đất nước khi mà tờ tạp chí đã có được tiếng tăm tại đây. Bộ phận nhượng quyền cũng cũng không tham gia vào các sản phẩm như nước hoa và mỹ phẩm vì sợ ảnh hưởng tới các công ty quảng cáo trên tờ tạp chí.

Việc tờ tạp chí được chú trọng đã khiến cho bộ phận thương mại của Elle sớm phải chuyển sang lĩnh vực nhượng quyền. Jonathan Hays, Giám đốc quản lý Bản quyền của Elle cho rằng "Chúng tôi không phải là một nhà sản xuất hay một nhà bán lẻ. Chúng tôi tự coi mình là một nhà xuất bản ngay từ thời ban đầu và hiện vẫn giữ nguyên quan điểm này. Kinh doanh nhãn hiệu là điều thực sự phù hợp nhất với chúng tôi". Elle từ chối đưa ra con số chính xác về lợi nhuận nhưng theo ước tính, phí nhượng quyền dao động từ khoảng 7% đến 12% giá bán lẻ.



Elle cũng làm việc với những công ty được nhượng quyền để tạo ra các sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn của một lôgô (biểu tượng) Elle. Xưởng thiết kế của Elle ở Paris (Pháp) sẽ đưa ra những chủ đề thời trang chung vào đầu mỗi mùa thời trang, nhấn mạnh vào xu hướng màu và kiểu dáng mà họ cho rằng sẽ là tâm điểm của mùa thời trang đó. Những thiết kế này sau đó được chuyển tới một nhóm nhỏ tại mỗi quốc gia để điều chỉnh phù hợp với từng thị trường.

Việc nhượng quyền, xét về mặt nào đó, dẫn tới việc mở rộng nhãn hiệu và nếu không tiến hành khéo léo thì có thể khiến bản sắc của nhãn hiệu bị mất đi. Đây là điều đã diễn ra với nhiều nhãn hiệu của các nước Phương Tây được nhượng quyền tại Nhật Bản vào những năm thịnh vượng của thập kỷ 80. Pierre Cardin, nhãn hiệu của nhà quảng cáo mốt Pháp, là một trường hợp cảnh báo khi nó được dán lên mọi sản phẩm, từ các đôi tất rẻ tiền cho tới các loại khăn mặt chất lượng thấp và chiếc ví giả da "Tiền có thể thu về rất nhanh song nó có thể khiến người ta đánh mất vị trí của nhãn hiệu này.

Kể từ khi gia nhập công ty kinh doanh nhãn hiệu tại Tokyo 3 năm trước đây, Hays đã sử dụng thời gian của mình để tinh giảm danh sách công ty được nhượng quyền từ 51 xuống còn 30.

Thu nhập ròng

Elle, giống như nhiều tờ tạp chí khác, cần phải mở rộng nguồn thu để phát triển. Theo Veronis Suhler & Associates, một công ty nghiên cứu thị trường tại Mỹ, tỷ lệ doanh thu từ quảng cáo trong tổng doanh thu sẽ gia tăng từ 50% trong năm 1995 lên 62%v vào năm 2005.

Do vây, không có gì ngạc nhiên khi nhiều tờ tạp chí đang "cho thuê" nhãn hiệu của mình. Martha Stewart đã đi đầu tại Mỹ với việc biến tạp chí của mình thành một cơ sở thương mại trị giá nhiều triệu USD. Tại Anh, tờ tạp chí thiết kế nổi tiếng Wallpaper đã cho bán danh hiệu của mình cho một công ty thiết kế nhà. Chủ tịch của Hiệp hội Mua bán Thương hiệu Quốc tế Charles Riotto phát biểu "Đây rõ ràng là một lĩnh vực đang phát triển rất nhanh. Các tạp chí đang tìm kiếm cái gì đó có thể thu được tiền đều đặn từng tháng".

Khu vực kinh doanh phụ của Elle đã giúp tạp chí này chống chọi được với giai đoạn khó khăn về kinh tế của năm ngoái. Kinh doanh nhượng quyền phát triển với tốc độ hơn 100% trên toàn thể châu A', thừa đủ để giảm bớt tác động từ sự suy giảm của doanh thu từ quảng cáo.

Giờ đây, Elle đang xúc tiến áp dụng mô hình kinh doanh ở châu A' sang các khu vực khác trên thế giới. Họ đã mở một cơ sở kinh doanh ở châu Âu khoảng 1 năm rưỡi trước đây và gia nhập thị trường Mỹ vào năm 2001. Hays cũng muốn mở rộng thị trường tại Nhật Bản, trong đó có việc mở một quán cà phê Internet Elle tại ngoại ô Tokyo

Dyne Group: doanh nghiệp tư nhân thành công của Trung Quốc

Tập trung vào các sản phẩm dược, phần mềm, bất động sản và viễn thông, Dyne Group là một trong những công ty tư nhân thành công nhất ở Trung Quốc hiện nay.

Năm 1984, Zhang Can, con gái một sỹ quan quân đội, đã bị đuổi khỏi Đại học Bắc Kinh. Đây là thời điểm mà Zhang đang học năm thứ ba chuyên ngành lịch sử. Mọi thứ dường như đã đóng lại trước mắt Zhang.

Nhưng chính sự không may này lại là một điều may mắn đối với Zhang. Năm 1986, Zhang bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của chính mình.

Cô thuê một căn nhà của một người nông dân gần Đại học Bắc Kinh và bắt đầu với việc bán máy tính. Chính tại đây, Zhang đã gặp gỡ Yan Junjie, một sinh viên cũng của Đại học Bắc Kinh đang nghiên cứu về xã hội và làm card visit để chi trả học phí. Sau đó, hai người cưới nhau và Dyne Group đã ra đời.



Giờ đây, Dyne đã là một trong những công ty tư nhân lớn nhất và thành công nhất ở Trung Quốc. Dyne cũng đã mở rộng kinh doanh ra ngoài 2 lĩnh vực cơ bản ban đầu, sang cả dược phẩm, phần mềm, bất động sản, viễn thông và vật liệu xây dựng. Số nhân viên của Dyne hiện đã lên tới 3.000 người. Theo Yan cho biết, lợi nhuận năm ngoái của Dyne là 70 triệu Nhân dân tệ (8,5 triệu USD) và ông cho rằng, con số này sẽ là 100 triệu Nhân dân tệ trong năm nay. Việc kinh doanh của Dyne giờ đây đã thành công đến nỗi mà Zhang và Yan đang muốn niêm yết cổ phiếu của Dyne Medicine (công ty con của Dyne Group) ra thị trường chứng khoán Hồng Kông và đang có những cuộc thương lượng với các đầu tư bên ngoài để thu hút họ vào lĩnh vực phần mềm.

Hãy quay lại những bước khởi đầu của Dyne. Công ty này đã thực sự biết làm ăn và nắm bắt các cơ hội. Cả Zhang và Yan đều rất năng động, sẵn sàng mở rộng thị trường, tham gia hay nhảy ra khỏi một lĩnh vực nào đó nếu tình hình trở nên xấu đi. Chính sự năng động này đã khiến Dyne phát triển không ngừng và rất vững chắc. Yan tổng kết: “Dyne hoạt động theo những cơ hội của thị trường trong bất kỳ trường hợp nào chứ không theo những phẩm chất mà chúng tôi có. Chúng tôi đã đi sai đường trong nhiều trường hợp nhưng cũng gặt hái không ít thành công trong các trường hợp khác”.

Cũng như các trường hợp các công ty tư nhân thành công khác, nguồn gốc của số vốn

DOANH NHÂN VÀ QUẢN TRỊ



đầu tư ban đầu của Dyne là điều chưa ai biết. Đây là một thực tế vì hiện nay việc một doanh nhân có ý tưởng tốt có được vốn là rất khó khăn ở Trung Quốc (nếu không nói là không thể). Mọt số nguồn tin thì cho rằng, Dyne đã có được số vốn ban đầu là nhờ việc Zhang và Yan mua một số hàng hoá ế thừa từ một nhà máy bị phá sản của Nhà nước vào năm 1986 và bán lại ở Bắc Kinh với giá 500.000 Nhân dân tệ. Một số người thì lại cho rằng, các mặt hàng giấy in, mực và máy móc bị điều chỉnh theo cơ chế 2 giá hồi bấy giờ. Zhang và Yan đã lợi dụng điều này để mua theo giá thấp của Nhà nước và bán theo giá cao ở thị trường.

Riêng Zhang thì cho biết, cô và Yan đã được vay 3 triệu Nhân dân tệ từ một ngân hàng và họ đã khởi đầu với việc mua máy tính ở phía nam Trung Quốc và bán ở Bắc Kinh. Thương mại là một cách kinh doanh phổ biến thời bấy giờ của các công ty tư nhân. Năm 1987, Dyne trở thành đại lý hãng sản xuất máy in Epson ở thị trường Trung Quốc. 3 năm sau, họ trở thành đại lý độc quyền của Compaq ở Trung Quốc. Năm 1994, Dyne trở thành nhà phân phối lớn nhất ở thị trường châu A'. Và từ giữa những năm 90, Dyne thực hiện đa dạng hoá, vươn sang các lĩnh vực khác.

Thâm nhập vào các lĩnh vực khác thực sự không hề suôn sẻ. Để vào lĩnh vực dược phẩm chẳng hạn, Dyne phải mua các doanh nghiệp phá sản ở Weihai, tỉnh Shangdong và Yinchuan, tỉnh Ningxia. Hiện nay, các sản phẩm bổ sung dinh dưỡng cho trẻ em của Dyne đã đem lại một nửa lợi nhuận của toàn công ty.

Cũng có những vụ mà Dyne thất bại. Chẳng hạn như việc mở một cửa hàng ăn ở Bắc Kinh và các công ty dịch vụ Internet. Cửa hàng này đã phá sản vào năm 1999 trong khi các công ty dịch vụ Internet thì trôi theo cơn phá sản của nhiều công ty Internet toàn cầu.

Trong điều hành công ty, cách chia việc giữa Zhang và Yan có thể coi là một điển hình. Zhang là động lực đằng sau của các quyết định. Còn Yan phụ trách các quan hệ đối ngoại của công ty. Yan cũng đã rất khôn khéo tham gia vào các hoạt động phát triển kinh tế của đất nước thay vì tham gia vào các hoạt động trợ giúp đói nghèo và lụt lội. Năm 1996, Dyne đã chi 5 triệu Nhân dân tệ để đóng góp xây một cây cầu qua sông Hucheng.

Dyne giờ đây đã thực sự trở thành một điển hình cho sự thành công. Cả Zhang và Yan đều rất tin tưởng vào môi trường kinh doanh đang ngày một đổi mới ở Trung Quốc.

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly
Số 19 ngày 06/03/2002

Người giàu nhất nước Nga : một bí thư Đoàn thanh niên trở thành ông trùm dầu lửa

Cách đây không lâu, Mikhail Khodorkovsky đã bị giới kinh doanh phương Tây chỉ trích về cách đối xử kiên quyết với các đối tác làm ăn nước ngoài. Giờ đây, ông đang là người giàu nhất nước Nga và là một người khá thân thiện với giới kinh doanh Phương Tây. Nếu việc kinh doanh của bạn có được thêm lợi nhuận do giá năng lượng rẻ hơn, thì hãy gửi lời cảm ơn đến ông trùm năng lượng Nga Mikhail Khodorkovsky. Dường như là lạ nếu cho rằng giá dầu mỏ thế giới lại do người đàn ông 38 tuổi và khá nhỏ nhẹ này thống trị. Thậm chí, nếu ông ta có là người giàu nhất nước Nga với giá trị tài sản ước tính là 3,7 tỷ đôla và kiểm soát một công ty dầu lửa lớn thứ hai trong nước, thì công việc kinh doanh của ông vẫn bị ảnh hưởng bởi các công ty dầu lửa lớn trên thế giới như: Saudi Armcos, ExxonMobil và Royal Dutch/Shells.



Nhưng Khodorkovsky luôn biết hành động đúng lúc và đúng chỗ. Nga, nước xuất khẩu dầu lửa và các sản phẩm từ dầu lớn thứ 2 thế giới (sau A rập Xêut), gần đây phải chịu áp lực lớn từ phía tổ chức OPEC về việc phải cắt giảm lượng dầu xuất khẩu và đẩy giá dầu lên. Mức giá 30 đôla một thùng dầu tốt cho nền kinh tế Nga hơn nhiều so với giá 15 đôla, nhưng chính phủ vẫn từ chối không làm bất cứ một điều gì liên quan đến việc cắt giảm sản lượng dầu mỏ.

Như vậy, đằng sau chính sách này là gì? Việc giữ không cho OPEC tác động xấu đến ngành công nghiệp dầu lửa trong nước là một trong những điều khoản mà Tổng thống Vladimir Putin đã đạt được với Tổng thống George W.Bush khi ông đến thăm Mỹ vào tháng 11. Nhưng chính phủ Nga cũng đang phải đối phó với những áp lực từ phía các nhà kinh doanh dầu mỏ trong nước.

Đây là lúc mà Mikhail Khodorkovsky hành động. Công ty Yukos của ông ta chiếm 17% sản lượng dầu của Nga và có ảnh hưởng lớn đến điện Kremlin. Bộ trưởng Bộ nhiên liệu và năng lượng trước đây là một thành viên trong công ty của Khodorkovsky và người trước đây cộng tác với Khodorkovsky giờ là phó phụ trách nội các của Tổng thống Putin. Trong số những ông trùm dầu mỏ ở Nga, Khodorkovsky là người tiên phong ủng hộ chủ trương bỏ qua các yêu cầu của OPEC, và hiện đang tiếp tục mở rộng sản xuất hết mức có thể. Và việc này đã khiến Yukos tăng sản lượng lên 35% trong 2 năm qua, đạt 1,2 triệu thùng dầu một ngày. Đóng cửa các giếng dầu ư? Mikhail Khodorkovsky sẽ không làm như vậy.

Trong khi các trùm dầu mỏ khác của Nga, chẳng hạn như Lukoil đã lên tiếng ủng hộ OPEC, thì cho đến nay, quan điểm của Khodorkovsky đã chiếm ưu thế trong điện Kremlin. Và ảnh hưởng của hành động này là rất to lớn, cho cả giá dầu trên thị trường và nền kinh tế thế giới.

Nhà doanh nghiệp lạnh lùng và kiên quyết



Để đến thăm Mikhail Khodorkovsky, bạn phải đi 1 giờ xe về phía tây của Matxcva, đến Zhukovka, vùng ngoại ô đẹp nhất, trước đây từng là nhà của các thành viên trong Bộ Chính trị và Bộ Quốc phòng Xô Viết. Tại đó, Khodorkovsky và 6 người cộng tác của ông đã xây một khu các dinh thự khép kín sang trọng giữa rừng thông. Những ngôi nhà này rất trang nhã và có vị thế rất đẹp nhưng khu dinh thự lại mang dáng vẻ giống khu trại giam. Bao quanh nó là những bức tường cao và những ngọn đèn sáng san sát. Đội bảo vệ được trang bị súng máy ngày đêm canh gác ở vòng ngoài. Tại cổng vào chính có những chiếc gương lớn để kiểm tra gầm xe của khách đến thăm để đề phòng có bom đặt lén. Những người Mỹ lo lắng về vấn đề an ninh kể từ sau sự kiện 11/9. Còn những ông trùm người Nga thì đã luôn cần các vệ sĩ kể từ khi chủ nghĩa tư bản thâm nhập vào đất nước này.

Khodorkovsky là người có tác phong nghiêm túc và khiêm tốn, có giọng nói cao nên rất khó nghe, nhưng tính tình ông không giống như vẻ ngoài của mình. Đây là một nhà doanh nghiệp kiên quyết và không thương xót.

Amoco - một công ty của BP có thể chứng thực điều này.Vài năm trước đây, Amoco đã đặt nhiều hi vọng vào khu khai thác Priobskoye ở miền tây Sibêri. Khoảng 3,5 tỷ thùng dầu đang nằm dưới vùng đầm lầy bị bỏ hoang và khu rừng băng giá. Khu vực mà Amoco đang hợp tác với một chi nhánh của Yukos để xây dựng này hứa hẹn sẽ trở thành giếng phun dầu. Nhưng vào năm 1998, đúng lúc việc sản xuất quy mô lớn tại Priobskoye đang được bắt đầu, thì Amoco đã bị đánh bật và công ty này bị mất khoảng 300 triệu đôla trong dự án này. Hiện nay, BP từ chối đề cập đến vụ việc trên. Đây là lời giải thích của Khodorkovsky cho những gì xảy ra. “Đây chính là kết quả từ sự do dự của họ, Amoco được công nhận là có toàn quyền để thoả thuận về tương lai của khu khai thác Priobskoye và tiếp tục quyền đó trong vòng 5 năm. Năm 1997 (khi tôi đã giành được quyền kiểm soát hoàn toàn Yukos), tôi đã kiểm tra xem có tài liệu nào yêu cầu chúng tôi tiếp tục thương lượng hợp tác với Amoco không nhưng không có. Vậy nên họ đã phải ra đi”.

Khi Amoco đã không còn là một cổ đông nữa, Khodorkovsky đã cho các công ty phương Tây khác tham gia vào cung cấp dịch vụ như công ty Schlumberger của Đức và công ty Kvaerner của Anh-Nauy để giúp ông khai thác khu mỏ Priobskoye và khôi phục các mỏ cũ. Giờ đây, sản lượng ở Priobskoye đang tăng mạnh từ 40 triệu thùng năm ngoái lên gần 90 triệu thùng vào năm nay.

Mặc dầu trữ lượng của Yukos (tương đương 12 tỷ thùng dầu) có thể ngang với tập đoàn Chevron Texaco, nhưng sức mạnh tài chính của Yukos thì chỉ ở mức trung bình so với tiêu chuẩn của phương Tây: công ty môi giới tài chính của Mỹ United Financial Group ở Nga dự đoán Yukos kiếm được 3,7 tỷ đôla trên tổng doanh thu 7,3 tỷ đôla vào năm ngoái. Dẫu vậy, Khodorkovsky còn có những tham vọng to lớn mang tầm quốc tế. Ông dự định sẽ mua các nhà máy lọc dầu và các

trạm cung cấp gas ở Châu Âu và chiếm vị trí dẫn đầu với một đường ống dẫn dầu trị giá 1,7 tỷ đôla chuyển dầu từ Sibêri đến Trung Quốc.

Một hình mẫu tiêu biểu thế hệ trẻ thời Xô viết



Khodorkovsky đã trải qua thời thơ ấu nghèo khó dưới thời Xô Viết. Ông lớn lên trong một khu chung cư chật hẹp ở Matxcva. Ông và bố mẹ ở trong một căn nhà nhỏ chỉ có 2 phòng. Khodorkovsky là một hình mẫu của thế hệ trẻ Xô Viết. Ông là một sinh viên giỏi, đã tốt nghiệp học viện công nghệ hoá học Mendeleev và trở thành phó bí thư đoàn thanh niên ở Học viện.

Ông bắt đầu khởi nghiệp khi Mikhail Gorbachev tiến hành cải tổ Liên bang Xô viết. Dưới sự bảo hộ của Đoàn Thanh niên, ông đã lần đầu tiên thử sức trong lĩnh vực kinh doanh. Cùng với 6 người cộng tác, ông đã mở một quán cà phê tư nhân, rao bán các thiết bị công nghệ mới cho các nhà máy của Xô viết, nhập máy tính cá nhân và thậm chí bán cả rượu brandy của Pháp.

Đến năm 1998, sau gần 2 năm buôn bán, Khodorkovsky đã thu được 80 triệu rúp (khoảng 130 triệu đôla theo tỷ giá hối đoái chính thức và 10 triệu đôla theo giá chợ đen). Điều đó đã khiến Khodorokvsky trở thành một trong những nhà bán lẻ mới phất thành công nhất ở Nga. Liệu đó có phải là do mối quan hệ thân thiết với các tổ chức chính trị không? Khodorkovsky cho là không.

Với lượng tiền dồi dào từ hoạt động kinh doanh, Khodorkovsky và các cộng sự đã thành lập lên ngân hàng Menatep. Là một trong những ngân hàng tư nhân đầu tiên của Nga, Menatep đã mở rộng với tốc độ chóng mặt, không chỉ cung cấp nguồn tài chính cho hoạt động kinh doanh của Khodorkovsky mà còn quản lý cả tiền của nhà nước như quỹ tài trợ cho các nạn nhân của thảm hoạ nguyên tử Chernobyl. Đến năm 1990, một năm trước khi Chủ nghĩa xã hội sụp đổ ở Liên Xô, Menatep đã mở rộng hoạt động ra nước ngoài. Đầu tiên chỉ là khách hàng, và sau đó là cổ đông của ngân hàng tư nhân Riggs Valmet ở Geneva.

Đó là thời điểm mà các ngân hàng tư nhân ở Nga bị nghi ngờ rằng đã chuyển hàng tỷ đôla của Đảng Cộng sản vào các tài khoản bí mật ở nước ngoài. Khodorkovsky thì cho rằng ngân hàng của ông ta hoàn toàn trong sạch: "Ngân hàng của chúng tôi đã được kiểm tra nghiêm ngặt trong vấn đề này và tôi có thể nói rằng ít nhất trong ngân hàng của chúng tôi không tìm thấy một tài khoản nào như thế".

Sau khi Boris Yeltsin lên nắm quyền, sự thịnh vượng của Menatep tiếp tục tăng lên. Nó được quyền giữ các quỹ của Bộ tài chính, của Cục thuế quốc gia, của chính quyền thành phố Matxcova và độc quyền xuất khẩu vũ khí của Nga. Trong khi đó hoạt động thương mại của Khodorkovsky đã bắt đầu đảm nhiệm cả việc vận chuyển hàng hoá quốc tế. Đã có những hợp đồng với Marc Rich, một kẻ tị nạn được ân xá, và một hợp đồng lớn đổi dầu lấy đường với Cu Ba.

Nhưng Khodorkovsky đã chiếm được Yukos là nhờ một cơ hội trời cho. Cơ hội này là nhờ việc bán đấu giá cổ phần vào năm 1995, khi mà chính phủ Nga muốn giảm bớt cổ phần chiếm đa số của mình trong các công ty dầu lửa và kim loại hàng đầu của Nga cho một nhóm các công ty tài chính có quan hệ tốt với chính phủ.



Ngân hàng Menatep chịu trách nhiệm xem xét các đơn đặt giá trong cuộc đấu giá Yukos. Và công ty thắng cuộc chính là một công ty do Khodorkovsky và các cộng sự của ông quản lý. Ba ngân hàng lớn của Nga đã đặt giá cao hơn so với công ty của Khodorkovsky nhưng lại không đủ tiêu chuẩn về mặt công nghệ.

Khoản tiền 350 triệu đô la mà Khodorkovsky và các đồng nghiệp đã trả để kiểm soát 78% công ty Yukos thực sự là một món khá hời. Toàn bộ giá trị của công ty là khoảng 450 triệu đôla. Khi cổ phiếu bắt đầu được bán sau đó 2 năm, giá trị thị trường của Yukos là 9 tỷ đôla. Giờ đây, con số này gần đạt 15 tỷ đôla.

Một thách thức lớn tiếp theo của Khodorkovsky là vào năm 1998. Ngay khi ông vừa mới hoàn tất việc củng cố quyền kiểm soát của mình với Yukos và đánh bật Amoco thì toàn bộ hệ thống tài chính của Nga bị sụp đổ. Nga đã bị vỡ nợ. Chính phủ đã phá giá đồng rúp và ngừng thanh toán hầu hết các khoản nợ. Hầu hết các ngân hàng tư nhân lớn ở Nga đều bị suy sụp, kể cả ngân hàng Menatep Matxcơva.

Khodorkovsky và các cộng sự đã vớt vát những gì còn lại, chuyển sang các tài khoản tin cậy tại một ngân hàng khác là Manatep - St. Petersburg. Nhưng họ vẫn còn vấn đề là làm gì để giải thích với những người cho vay đang giận dữ. Người đứng đầu những người này là một nhóm ngân hàng nước ngoài, đã cho Menatep vay 266 triệu đôla và được đảm bảo bằng 33% cổ phiếu của Yukos.

Khodorkovsky đã thuyết phục các ngân hàng nước ngoài chấp nhận thời hạn trả nợ là 3 năm, được đảm bảo bằng việc xuất khẩu dầu mỏ chứ không phải bằng cổ phiếu của Yukos. Nhưng 2 ngân hàng cho vay lớn nhất là Daiwa và West Merchant (là chi nhánh của Westdeutsche Landesbank) đã từ chối. Họ chấp nhận nắm quyền sở hữu để thế chấp (tương ứng với 29% cổ phần của Yukos), nhưng tuyên bố rõ rằng họ chủ yếu quan tâm đến việc lấy lại tiền của mình. Sau khi những cuộc thương lượng giữa các ngân hàng và những người của Khodorkovsky bị thất bại vào mùa hè năm 1999, Daiwa và West Merchant đã bán hạ giá cổ phiếu của Yukos trên thị trường. Mặc dù giá bán không được công bố nhưng người ta cho rằng hai ngân hàng này chỉ thu hồi được một nửa giá trị các khoản nợ của họ.

Nhìn bề ngoài có vẻ như đó là một quyết định ngớ ngẩn. Sao phải vội vàng như vậy? Nếu hai ngân hàng này đợi một vài tháng nữa khi mà sự hỗn loạn của thị trường chứng khoán qua đi, thì họ có thể kiếm được khoản lợi nhuận đáng kể từ việc bán cổ phiếu của Yukos. Điều gì đã làm họ phải lo lắng như vậy?

DOANH NHÂN VÀ QUẢN TRỊ



Cùng thời gian nhóm của Khodorkovsky đang đàm phán về các điều khoản cơ cấu nợ với hai ngân hàng Daiwa và West Merchant, Yukos và các công ty khác của hãng đã cùng thông báo ngừng bán cổ phiếu . Điều này đã làm tăng ý nghĩa của 29% giá trị cổ phần mà Daiwa và West Merchant đang nắm giữ.

Platon Lebevev, giám đốc của tập đoàn Menatep, đại diện cho Khodorkovsky và 6 cộng sự của ông nói: "Đây là một động thái phòng thủ thông thường. Chúng tôi đã cứu nguy cho Yukos, vì vậy chúng tôi phải có quan điểm chung là tăng thêm nguồn vốn cổ phần. Nếu các ngân hàng đã muốn nắm giữ các cổ phần của Yukos thì họ nên hành động như các cổ đông và họ nên giành tiền để mua các cổ phiếu.

Trong khi đó, Yukos đang bán một trong những tài sản quan trọng trong sản xuất dầu mỏ cho những đối tác ít ai biết ở nước ngoài. Yukos dường như có nguy cơ trở thành một công ty trống rỗng. Cũng chẳng có gì đáng ngạc nhiên khi mà hai ngân hàng Daiwa và West Merchant đã phải bó tay. Khodorkovsky và các đồng nghiệp đã mua lại hầu hết cổ phiếu của họ. Những đơn chào mua cổ phiếu đã bị huỷ bỏ và những tài sản bán ra nước ngoài đã trở về với Yukos tại Nga.

Một thời đại mới đã bắt đầu

Ngày nay, một kỷ nguyên mới đang hình thành tại Nga. V. Putin đã lên lãnh đạo điện Kremlin. Một thời kỳ hỗn loạn ở nước Nga, một thời đã bị các chính trị gia theo đường lối tự do gọi là "nền tư bản gangster" giờ đây đã phải nhường đường cho một thị trường tiến bộ hơn. Nền tài chính tự do bất quy tắc đã chuyển sang việc đầu tư có chọn lọc vào công việc kinh doanh và Khodorkovsky là người dẫn đầu trong số những ông trùm kỳ cựu.

Ông nói: "Bây giờ chúng ta có thể hiểu được ở Phương Tây người ta kinh doanh như thế nào. Là một cổ đông, tôi kiếm tiền từ việc chia cổ tức và việc tăng giá cổ phiếu trên thị trường vốn.

Và cuối cùng, Yukos đã công bố bản đánh giá trong ba năm liền đạt tiêu chuẩn GAAP của Mỹ, đã phát hành ADR và đang trả mức cổ tức đáng nể (tỷ lệ sinh lời trong suốt 12 tháng là 2,8% trên 98 USD ADR). Đã có 5 người nước ngoài tham gia vào ban giám đốc và giám đốc tài chính là người Mỹ. Cổ phiếu của Yukos tăng gấp 10 lần trong vòng hai năm.

Khodorkovsky nói: "Trước đây, chúng tôi chỉ tập trung vào doanh thu bằng tiền mặt từ công việc kinh doanh, bởi vì không ai tin rằng tình hình sẽ không biến động. Giờ đây, mọi việc đã ổn định, người ta đã bắt đầu quan tâm hơn đến việc tăng giá trị tài sản của mình".

Đúng như vậy, mọi thứ đã thay đổi ở Nga. "Thay đổi như thế nào? Chẳng hạn như tôi vừa mới mua ngôi nhà đầu tiên của mình", người đàn ông giàu nhất nước Nga nói đến khu dinh thự Zhukovka. "Đơn giản là tôi cảm thấy rằng ở Nga bây giờ thoải mái hơn nhiều".

THƯ MỜI HỘI THẢO

Thư mời

MILLENNIUM Institute of Language and Training
& Công ty International IT Services USA

Trân trọng kính mời các nhà kinh doanh, các DN đến tham dự hội thảo chuyên đề "Làm Kinh Tế với các Doanh **Nghiệp Hoa Kỳ" được tổ chức ngày 15 & 16 tháng 3 năm** 2002.

Sáng: 09:00 – 12:00
Chiều: 13:30 – 16:30
Địa điểm : Hội Trường Khách Sạn Bến Nghé,
174 Điện Biên Phủ, Q3, TP Hồ Chí Minh

Hai ngày hội thảo này do các chuyên gia giàu kinh nghiệm tại thị trường Hoa Kỳ đảm trách chắc chắn sẽ giải đáp thoả đáng tất cả các thắc mắc của quý vị về việc xuất khẩu các sản phẩm và dịch vụ sang Hoa Kỳ, đồgn thời cung cấp các cơ hội tiếp cận với các đối tác kinh doanh, và giúp quý vị trong việc hình thành các phương án chiến lược tối ưu đảm bảo thành công.

Vì số lượng chỗ ngồi có hạn, xin vui lòng xác nhận số người tham dự
trước 12 giờ trưa ngày thứ Bảy 9 tháng 3 năm 2002
với cô Phùng Lan Khanh, ĐTDĐ: 0903 331477 – ĐT: 930 2157 - 930 2158 - 930 2159

Do hội thảo có được nguồn tài trợ kinh phí vào giờ phút chót, nên Ban Tổ Chức KHÔNG thu lệ phí tham dự.

Giám đốc
Thân Trọng Minh